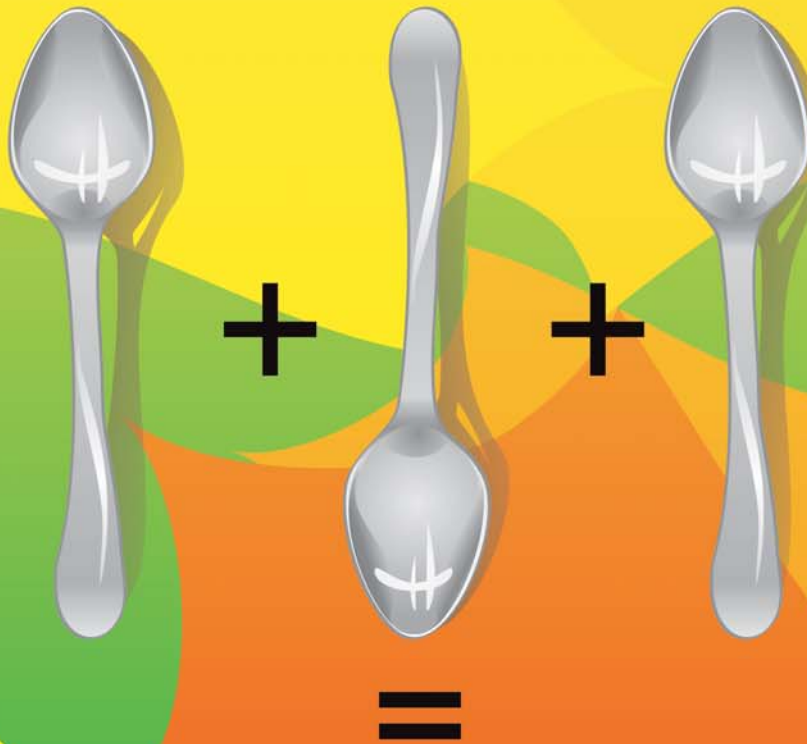


fiera magasin

мебель | стиль | жизнь

осень '05, #3(3)



Мебельная арифметика

**Самое важное
о немецких
кухнях-2006**

**Швейцарский
партнер
с русским именем**

О ЧЕМ СЕГОДНЯ ПИШЕМ

1



ТЕХНОЛОГИИ

Сильные штучки 4
Производителю мебели больше не нужно иметь на складе несколько механизмов для подъема фасадов, каждый из которых соответствует определенному весу. А это значительно упрощает логистику

Толкни, чтобы открыть 6
Механизм открывания дверок мебели без ручек предоставил новые возможности дизайна. Мебель с ним выглядит лаконично и современно

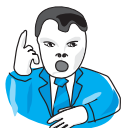
2



ТОЛЬКО СЛИВКИ

Мебельная арифметика: рынок в цифрах 7
Увеличение доли импорта опережает рост лояльности покупателя к отечественной мебели

3



МНЕНИЕ

Андрей Новоселов:
Второй тайкунавт — не повод для новых беспокойств! 12

4



ЧТО ТАМ У НИХ

M.O.W. — это будущее 14
Самое важное о немецких кухнях-2006

5



реализованный проект

Мы самые смелые! 18
Новосибирская фабрика «Камея» отличилась в этом сезоне

6



блиц

Швейцарский партнер с русским именем 19
На наши вопросы отвечает Питер Вебер (Peter Weber), глава концерна «Пека» (Pecka), Швейцария

7



коммерческое предложение

Лучшая цена на привычный товар 20
Новинки российского рынка 21

8



другая заграница

Самый безопасный праздник в мире 22
7 млн литров пива и ни одного дебоша — в Мюнхене снова Октоберфест

9



не секрет

Размер — не главное 24
Как в ограниченном пространстве добиться простора и стиля

fieramagasin #3(3)

РЕДАКЦИЯ

Идея: **Андрей Новоселов**
Редактор: **Анна Гордеева**
Дизайн и верстка: **Арс Ли**
Корректор: **Нина Фёдорова**

Телефон: +7 (343) 345 0515
E-mail: magasin@fiera.ru

Перепечатка материалов (фото и текстов) возможна только с разрешения редакции; ссылка на журнал «FieraMagasin» обязательна.

Номер подписан к печати 01.11.05
Тираж 999 экз.
Отпечатано в «Полиграфической компании «Артикул»

ПОСЧИТАЕМ?



Капли дождя и новые заказы. Хотелось бы, чтобы последних было не меньше, чем первых. Дождались разгара мебельного сезона. Отметили профессиональный праздник. Самое время строить планы на следующий год.

Мы предлагаем вам подумать о серьезных вещах, спланировать удачи, просчитать сложности. Вашему вниманию — вполне конкретные цифры, представление швейцарского партнера и, как всегда, свежие цены. 😊

Осенний *FieraMagasin* будет интересен тем, кого волнует состояние мебельного рынка в общем, а также частности: дизайн-наблюдения — на этот раз в желтом и фисташковом цвете — и технологичные новинки на тему подъема и выдвижения.

НЕСКРОМНО О СЕБЕ

БИЗНЕС ПО-НЕМЕЦКИ

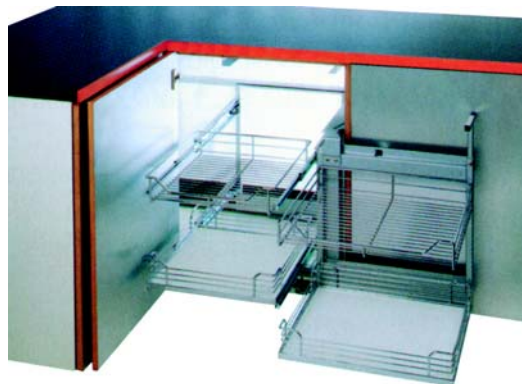
Мы снова всех удивили, став первой компанией в мебельной отрасли, решившейся оптимизировать бизнес-процессы с помощью немецкого программного продукта SAP. К слову, с его помощью сегодня успешно работают такие гиганты, как Аэрофлот и Министерство путей сообщения.

Внедрение SAP в «Фиере» уже началось, и мы надеемся, что по его завершении компания будет еще более чутко реагировать на потребности партнеров, быстро анализировать и прогнозировать отношения с вами, уважаемые мебельщики.



ВАМ ИНОМАРОК ХОРОШИХ И РАЗНЫХ!

Небывалое расширение ассортимента ожидает партнеров нашей компании в этом сезоне. Впервые будет представлена в России продукция сразу нескольких европейских концернов. По просьбе наших партнеров «Фиера» подготовила к новому мебельному сезону линейку подъемных и выдвижных механизмов. Подробнее об этом в рубриках «Блиц» и «Коммерческое предложение».



fieramagasin #3(3)



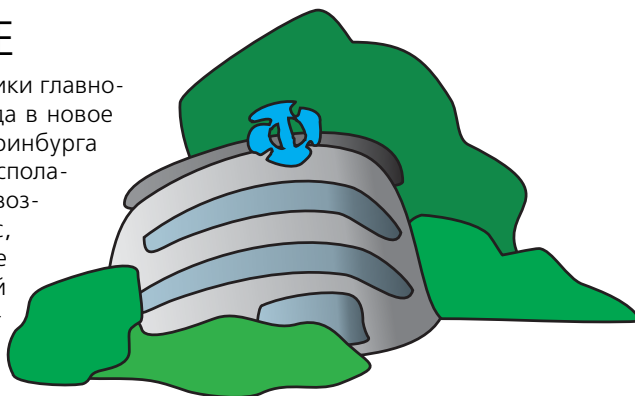
ПОДАРОК ВЕСОМ В 10 КИЛОГРАММОВ

Любимым партнерам от любимых поставщиков! Такую беззастенчивую надпись мы поместили на огромный торт – подарок одному из наших лучших партнеров. Екатеринбургская фабрика «Карат-Е» отпраздновала свое десятилетие. Поздравляем!!!

ВЕЛИКОЕ ПЕРЕСЕЛЕНИЕ

Свежим воздухом будут дышать сотрудники главного офиса компании «Фиера» после переезда в новое здание. Он разместится недалеко от Екатеринбурга рядом с сосновым бором. Там же будет располагаться новый склад компании. Переезд даст возможность нашим партнерам посещать нас, избегая дорожных заторов и пробок, а также увидеть больше нашей продукции в готовой мебели благодаря открытию нового шоу-рума.

**Добро пожаловать в гости:
г. Березовский, ул. Чапаева, 39/14,
тел.: (343) 345 0515, 345 0525**



МЫ ДАЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ СВОИМИ ГЛАЗАМИ УВИДЕТЬ НОВИНКИ В ПЕРМИ И КАЗАНИ



В двух мебельных выставках приняла участие наша компания в минувшем сезоне. Производителям Пермской области и Татарстана был продемонстрирован ряд новинок. Особый интерес вызвал рамочный профиль для приклеивания стекла от всемирно известного алюминиевого концерна Schueco. Кстати, эта фурнитура уже пущена в серийное производство одной из мебельных компаний Новосибирска. О первых впечатлениях читайте в рубрике «Реализованный проект».

СИЛЬНЫЕ ШТУЧКИ

По пальцам можно пересчитать механизмы подъема фасадов, представленные на российском рынке. Однако эта довольно свободная до недавнего времени ниша начинает уверенно заполняться. Компания «Фиера» по просьбе партнеров тоже озадачилась поиском подъемных механизмов или «лифтов». В результате в этом сезоне мы представляем российскому производителю мебели линейку таких продуктов от известных компаний.

Весь представленный ассортимент производится в Германии в течение длительного периода компаниями Hetal и Kesseboehmer. Качественное сверхпрочное порошковое покрытие стали, надежные конструктивные элементы обеспечивают свободный доступ к содержимому шкафа — фасад в открытом положении находится вне рабочей зоны. Дополни-



SK-105

тельные крепления дают возможность использовать механизмы как с деревянными, так и с алюминиевыми фасадами. Ассортимент предлагаемой продукции включает механизмы для кухонной, гостиной и офисной мебели — от простых и экономичных (SK-105), до элитных с системой демпфирования (Kesseboehmer).

Остановимся подробнее на некоторых уникальных свойствах, которых нет у аналогов. Большой диапазон регулировок позволяет использовать всего лишь один механизм для фасадов разного веса. Производителю мебели не нужно иметь на складе несколько механизмов, каждый из которых соответствует определенному весу, что значительно упрощает работу отдела логистики. Отличительной особенностью подъемников KB-30 и FB-1 является и то, что в их механизмах использованы газовые патроны, одного из



Производителю больше не нужно иметь на складе несколько подъемников, каждый из которых соответствует определенному весу. А это значительно упрощает логистику



KB-30



fieramagasin #3(3)

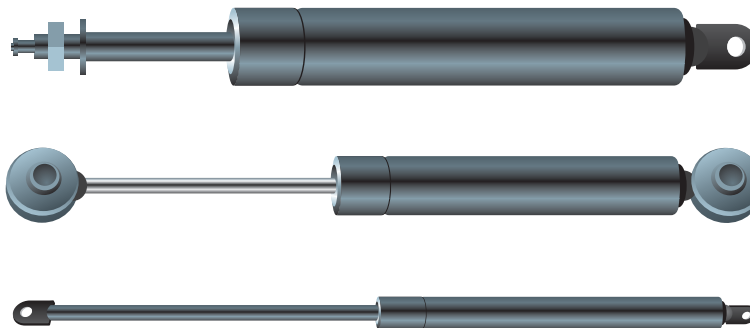


ведущих производителей данной отрасли, компании Stabilus (Германия).

Кроме этого, подъемники Hetal отличаются большим удобством с точки зрения конечного потребителя. Даже самый тяжелый фасад легко и надежно фиксируется в любом положении, так что человек — независимо от его роста — может пользоваться лифтом комфортно и безопасно — не открытая до конца створка не опустится и не прижмет пальцы.

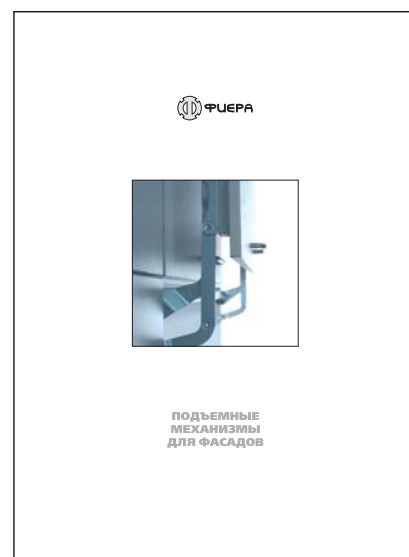
Теперь поговорим о дизайне. Подъемник KB-30 можно использовать без соединительной штанги, которая присутствует в аналогах. Это преимущество важно и с точки зрения внешнего вида мебели. Обычно, если производитель следует моде и использует узкий рамочный алюминиевый профиль со стеклом, то такая штанга видна через прозрачное стекло. В KB-30 ее просто нет, а значит, нет и ограничений в области дизайна.

• АЛЕНА ТЕРЗИ



Lift Line

Подъемные механизмы выделены в отдельную брошюру. Ее можно заказать в любом из офисов «Фиеры» в Москве, Екатеринбурге, Казани, Перми, Челябинске и Тюмени.

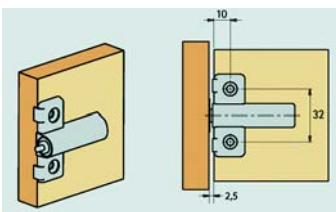
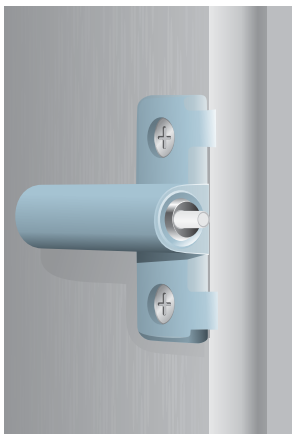
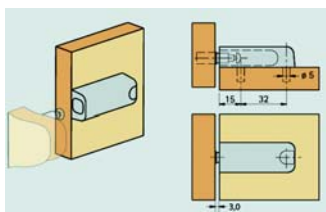
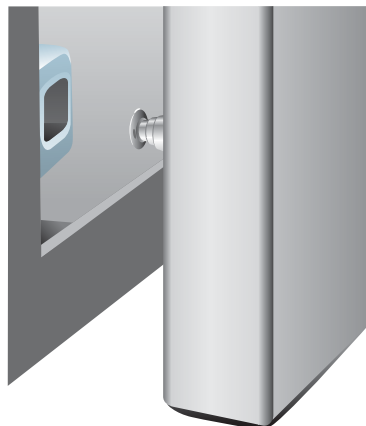
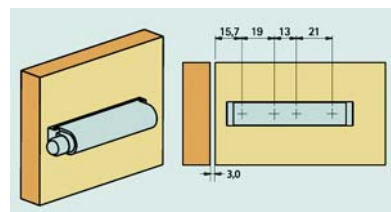
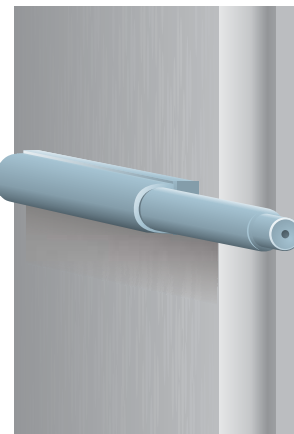


ТОЛКНИ, ЧТОБЫ ОТКРЫТЬ

Механизм открывания дверок мебели без ручек наконец-то выпущен на мировой и в том числе российский рынок немецким концерном Hettich. Его варианты несколько отличаются от появившихся чуть ранее итальянских и австрийских механизмов, однако работают похожим образом — по принципу обратной пружины.

Название новинки — Push to open. В буквальном переводе означает «толкни, чтобы открыть». Конструкторы Hettich предложили решения, работающие по принципу магнита и мембраны для петель типа Intermat и Ecomat (обратная пружина).

Предложение дополнено еще одним изобретением, которое универсально тем, что может применяться с обычными петлями. Это выталкиватель дверок. Выглядит он как кнопка, похожая на вставленный в корпус демпфер, но имеет функцию, обратную демпфированию, — выталкивание и открывание дверок при нажатии на фасад.

P₂O MagnetP₂O PinP₂O Universal

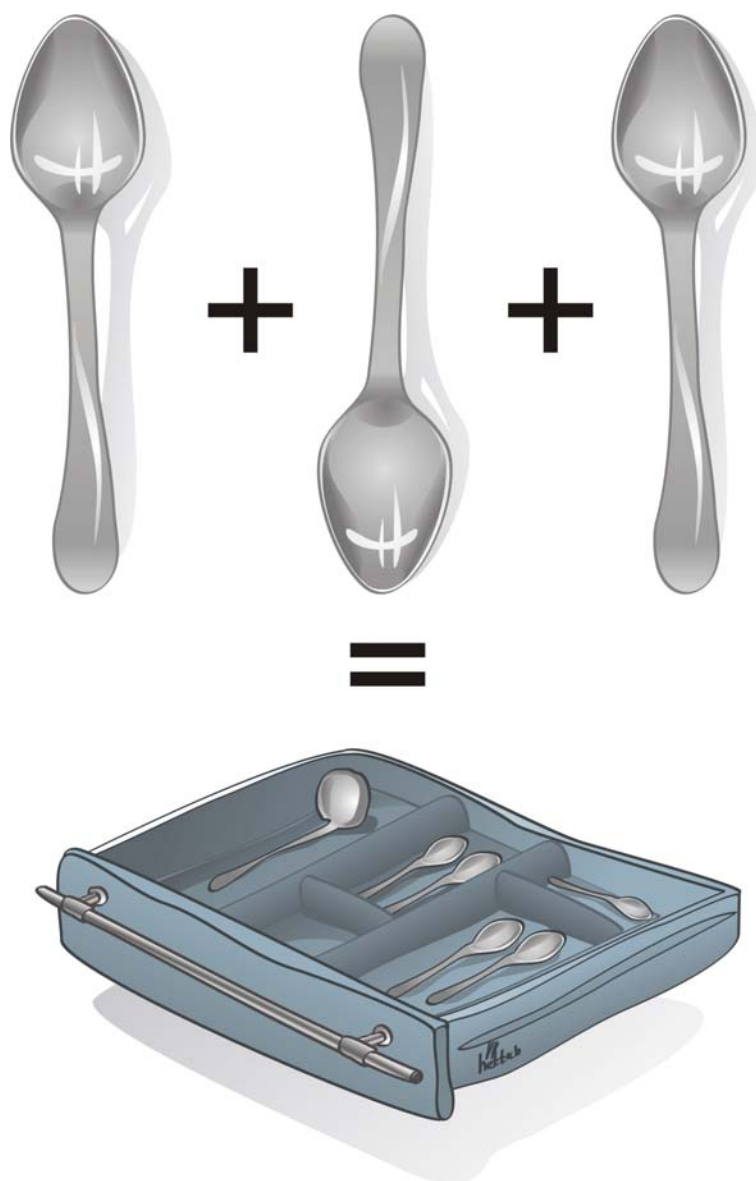
Новинка открывает новые возможности дизайна. Мебель с ней выглядит лаконично и современно.



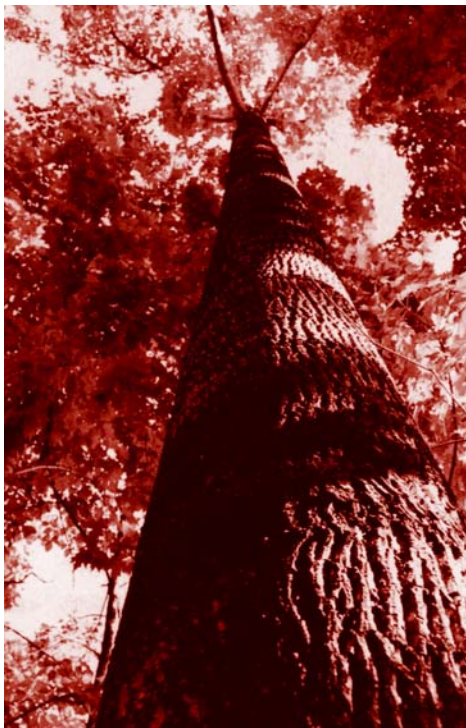
fieramagasin #3(3)

МЕБЕЛЬНАЯ АРИФМЕТИКА: РЫНОК В ЦИФРАХ

В сезон повышенной активности покупателей мебели, пожалуй, можно немножко расслабиться, отойти от текущих проблем и подумать о стратегии и перспективах. Именно так решили мы, погрузившись в отчеты и статистические данные от ведущих аналитиков.



Знаете ли вы, уважаемые мебельщики, что происходит с российским рынком мебели сегодня, как он изменился за текущий год?



КАК МЫ ВЫГЛЯДИМ НА ФОНЕ ОСТАЛЬНЫХ

Мировой рынок мебели превышает 200 миллиардов евро в год в ценах производителя, а доля России на нём, согласно данным «Экспресс-обзора», составляет около 0,61%(!) производства. Чуть больше, чем полпроцента, и это при нашей огромной территории!

РАСТЕМ ЛИ МЫ?

Отвечаем утвердительно, что радуем, однако не слишком стремительно — всего на 3%. Для справки: та же динамика отмечена в Греции, Хорватии, Чешской Республике, Румынии, Словакии, Словении, Китае, Индии, Индонезии, Малайзии, Таиланде и в Чили, а медленнее нас развиваются Япония, Германия, Великобритания, Франция, Италия, США, Канада. В Израиле и Гонконге спрос не вырос вовсе. Самые высокие темпы роста производства мебели сегодня

наблюдаются в азиатских странах, что вовсе не удивительно.

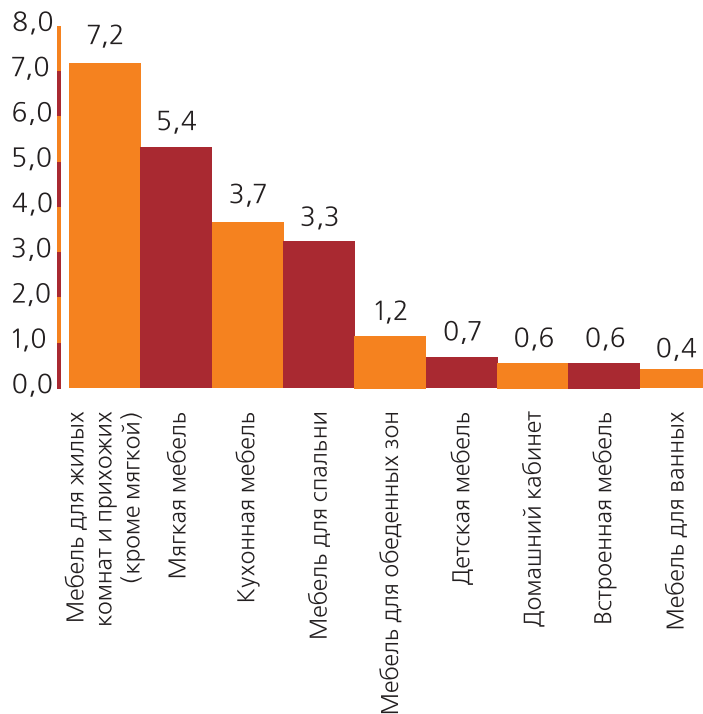
Добавим, что во всем цивилизованном мире заметна специализация компаний (в определенной товарной категории, на розничной торговле...) В России же специализация — пока явление редкое. К примеру, лишь каждая седьмая кухня производится специализированной кухонной фабрикой, то есть сегментного позиционирования пока не произошло, причем это же справедливо относительно ценовой градации.

СКОЛЬКО МЫ ТРАТИМ НА МЕБЕЛЬ

В минувшем году каждый житель России потратил на мебель 22 доллара, или 621 рубль. Это согласно официальным статистическим данным. Эксперты RBC добавляют, что если принять во внимание прочие источники, то затраты составят 32 доллара, или 923 рубля. Эта скромная сумма идет на приобретение главным образом мебели для дома. На вопрос, как именно она распределяется, отвечает компания «Экспресс-обзор» (см. диаграмму «Потребление мебели»).

Далее предлагаем вашему вниманию некоторые фактические данные, а также любопытные наблюдения аналитиков относительно конкретных групп мебели.

Потребление мебели для дома в расчете на одного жителя России, USD



fieramagasin #3(3)

КУХНИ: ЕСТЬ КУДА СТРЕМИТЬСЯ



Кухонную мебель изготавливают почти 500 российских предприятий, однако россияне в половине случаев предпочитают приобретать импортные кухни (оценка НВМ-Консалтинг), которые стоят несколько дороже. Кстати, о цене. Учитывая оценки «Гортис — маркетинговые исследования, консалтинг», средняя цена кухонного комплекта в России в 2002 году была около 1,2 тыс. долл. Последующие годы увеличили эту сумму примерно на 100 условных единиц.

Помимо постепенного увеличения цены кухонного гарнитура, российские производители радуют отечественного покупателя сокращением сроков поставок и переходом на производство «под клиента».

Что касается емкости рынка, то, по оценке компании «Гортис», 80% кухонь покупаются в новые квартиры и 20% — в уже обжитые. Учитывая, что, по данным Росстата, в 2004 году было построено 476,1 тыс. новых квартир, можно говорить о том, что в 2004 году объем рынка кухонь составил 595 тыс. кухонных гарнитуров. Реально же было продано чуть меньше 400 тыс. Отсюда делаем вывод, что рынок кухонных гарнитуров в минувшем году был насыщен лишь на 67%, т.е. резервов роста у рынка еще достаточно. Первые прогнозы об итогах 2005 года гласят: объем рынка кухонь составит 586 млн долл., или 16,9 млрд руб.

СПАЛЬНИ: КРОВАТЬ ИЛИ ДИВАН?

10% россиян не застилают по утрам постель, а каждый второй житель нашей страны не имеет отдельной комнаты для сна. Такие выводы год назад сделала компания Isopublic Switzerland (член группы Gallup International). Еще один важный ее тезис заключается в том, что в России 28% мебели для спален занимают диваны-кроватьи. Причем эти показатели не меняются уже в течение нескольких лет. Однако эксперты отмечают рост лояльности покупателей к российской мебели для сна, одним из результатов которого стал рост объема рынка деревянных кроватей до 1,19 млн шт. Еще одним важным наблюдением стало замещение корпусной мебели для спальни встроенной.

В 2005 году объем рынка мебели для спален составит 517 млн долл., или 14,9 млрд руб.

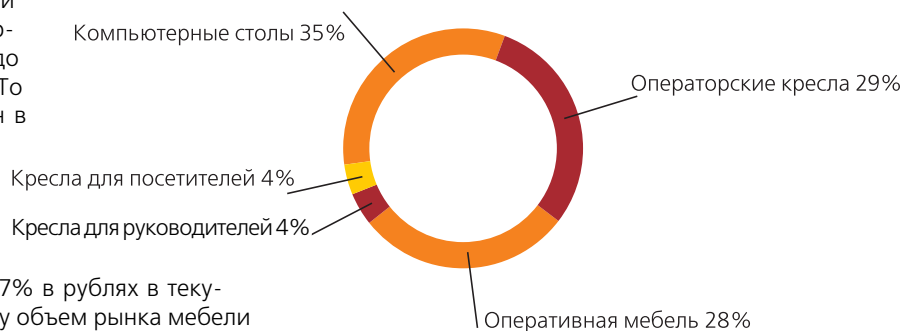


КАБИНЕТ НЕ ТОЛЬКО НА РАБОТЕ

Это весьма новое для России понятие, однако динамика продаж российских производителей заставляет обратить внимание на сегмент домашних кабинетов. Обратимся к оценке центра «Тайпит». Его аналитики отмечают рост доли продаж частным лицам компьютерных столов и операторских кресел до 57,5% и 26,8% соответственно. То есть налицо потребность россиян в рабочем месте в собственной квартире.

Мебель для домашнего кабинета демонстрирует едва ли не самые высокие темпы роста — 22,7% в рублях в текущих ценах в 2004 году. В 2005 году объем рынка мебели для домашнего кабинета составит примерно 98 млн долл., или 2,8 млрд руб.

Структура рынка мебели для домашнего кабинета



МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ: НЕТ ИМПОРТНЫМ КРЕСЛАМ!

Рынок мягкой мебели труднее всего поддается анализу, потому что почти половина мягкой мебели производится мелкими предприятиями (41,3%). Часть мягкой мебели продается в офисы, но большая часть, естественно, предназначена для домашнего пользования.

Наибольшую долю в производстве мягкой мебели занимают матрасы (41%), далее идут кресла (34%), а диваны, кушетки, тахты и диваны-кровати вместе занимают лишь 25% от объе-

мов российского производства.

В 2004 году (на основе данных официальной статистики) было произведено 185 тыс. диванов-кроватей, 234 тыс. диванов и кушеток, 700 тыс. матрасов и 570 тыс. кресел. Импорт составляет значительно меньший процент, чем в кухнях и спальнях — всего около 20%.

Среднедушевое потребление мягкой мебели для дома в 2004 году по сравнению с предыдущим упало со 158,9 до 154,3 рубля. О причинах можно только догады-

ваться. При этом мягкая мебель в России начинает сегментироваться, именно в салоне мягкой мебели продавец способен оказать наиболее сильное влияние на покупателя, как отмечают психологи, поэтому надо обращать внимание на квалификацию. Менее сильной, но все же значительной тенденцией является постепенное снижение популярности мягкой мебели в качестве спального места.

В 2005 году объем рынка мягкой мебели составит 848 млн долл., или 24,4 млрд руб.



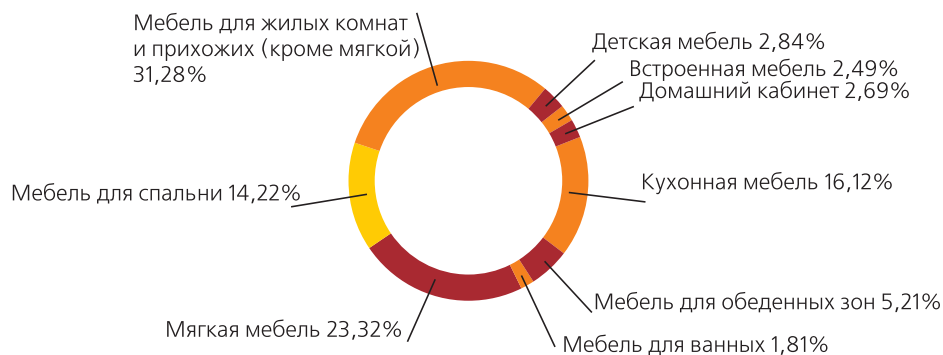
fieramagasin #3(3)

КОРПУСНАЯ МЕБЕЛЬ ПРОТИВ ВСТРОЕННОЙ

По оценке специалистов «Про-Инвест консалтинг», доля импорта на рынке корпусной мебели для комнат и прихожих составляет около 50%. В этом сегменте отмечается рост внимания производителей к маркетинговой составляющей деятельности компаний, специализация производителей, а также замена корпусной мебели для прихожих встроенной, Российский рынок встроенной мебели фактически поделен между двумя компаниями, названия которых нет необходимости упоминать — они довольно известны. Его объем к концу этого года составит 91 млн долл., или 2,6 млрд руб. Корпусной же мебели для жилых комнат и прихожих будет произведено на 1,1 млрд долл., или 32,8 млрд руб.

Эксперты делают выводы о замедлении темпов роста рынка в целом за счет сокращения численности населения России. В текущих ценах рынок продолжает расти, но незначительно, в сопоставимых же ценах, то есть с учетом инфляции, рост практически нулевой. Увеличение доли импорта опережает рост лояльности покупателя к отечественной мебели. В то же время в России, наконец, отмечены такие характерные для Европы закономерности, как сокращение сроков использования мебели, переход к неценовой конкуренции через повышение качества сервиса (например, сроков поставок и сборки).

Структура рынка мебели для дома



Российский мебельный рынок переживает активное региональное развитие. Заметен рост внимания производителей к маркетинговой составляющей деятельности компаний. Наибольшая динамика наблюдается в секторе мебели для домашнего кабинета (в 2004 году 22,7% в год) и в секторе деревянных кроватей (в 2004 году 22,8% в год). Повышается значимость мебели вследствие рекламных кампаний, проводимых крупными игроками рынка.

Объем продаж мебели для дома к концу текущего года

Мебель	млрд руб.
Корпусной мебели для жилых комнат и прихожих	32,8
Мягкой мебели	24,4
Кухонной мебели	16,9
Мебели для обеденной зоны	5,5
Детской мебели	3,0
Мебели для домашнего кабинета	2,8
Встроенных шкафов	2,6
Мебели для ванных комнат	1,9

ВТОРОЙ ТАЙКУНАВТ — НЕ ПОВОД ДЛЯ НОВЫХ БЕСПОКОЙСТВ

Очередной полет в космос китайского тайкунавта снова стал поводом к разговору о возможном азиатском господстве во всех сферах нашей жизни — в том числе в мебельной. Совместные предприятия, размещение мебельных производств в Китае сегодня дополняются активным посещением мебельщиками всего мира проходящих там выставок и даже стажировками в Китае европейских студентов. Что дальше? Как изменит мебельную отрасль китайское вторжение?

Генеральный директор группы компаний «Фиера — Ост Хеттих» Андрей Новоселов считает, что серьезных изменений не произойдет. Господин Новоселов возглавляет компанию, представляющую в России немецкие комплектующие и аксессуары для мебели. По его словам, мебельная отрасль не должна придавать слишком большого значения так называемой «азиатской угрозе». И этому есть свое объяснение.

А.Н.: Германия и Япония до сих пор самостоятельно не запускали космонавтов, однако мы предпочитаем покупать автомобили и пользоваться услугами авиакомпаний этих стран. Китай, бесспорно, переживает стремительное развитие, но делать из этого далеко идущие выводы повода нет. Активное использование европейцами и американцами в прошлом очень низкой стоимости товара — рабочей силы Китая приводит в том числе и к стремительному росту доходов его жителей.

Население в первую очередь южной и восточной индустриально развитых частей этого государства становится более обеспеченным. Заметьте, магазинов элитной мужской одежды Ermenegildo Zegna в этой стране больше, чем во всей Европе. Туристов из Китая можно встретить во всех странах мира. Это говорит о

том, что преимущества Китая скоро будут во многом исчерпаны. Он уже вышел на финишную прямую того пути, который не так давно проходил ряд стран Восточной Европы (Польша и Чехия, например), где сегодня доходы населения подтянулись к среднеевропейским. Перспектив для развития в Китае осталось не так уж много. Следующими остановками на пути глобальной мировой экономики, возможно, станут Индия или Вьетнам.

Не исключено, что в ближайшие 5–10 лет произойдет массовый уход с китайского рынка мультинациональных корпораций (Хегех уже начал этот процесс). Вполне возможно, что они переместятся в африканские страны с преимуществами Китая образца 10-летней давности. Далее последует и выход китайцев на внешние рынки под собственными брендами. Первые ласточки уже появились — это автомобили Great Wall, одежда Adibas. Будут и мебельные бренды. Несомненно, мы увидим и уже известную на российском рынке фурнитуру под ее реальными китайскими именами. Появится и китайская мебель, но я не удивлюсь, если начинка в ней будет европейская, потому что производство фурнитуры процесс высокотехнологичный, отладить который за исторически короткий срок не представляется возможным. Нужен качественно иной уровень знаний, да и инвестиций.



fieramagasin #3(3)

fm: Раз уж Вы заговорили о качестве, расскажите, как по-Вашему сегодняшнему мебельщику измерить качество фурнитуры при отсутствии ГОСТов? Мы знаем, что некоторые импортеры из Азии проводят независимые испытания, результаты которых якобы говорят о приемлемом для России качестве. Значит ли это, что оно может приблизиться к среднеевропейскому?

А.Н.: Вот именно, приемлемое – правильное слово. Именно так рассуждает мебельщик, использующий азиатскую начинку. Мы в свою очередь анализируем, кто и почему ее применяет. Стоимость комплектующих в готовой мебели не превышает 10 процентов, поэтому экономить на качестве

ле и в Гонконге. Китайское представительство обеспечивает комплектующими в основном рынки своего региона и соседних (за исключением Японии и Кореи, разумеется). Сегодня в Китае используется менее одной десятой части из всего ассортимента фурнитуры Hettich, что как раз и иллюстрирует технологический уровень мебельных фабрик Юго-Восточной Азии. Мы обращаемся в Китай за двумя позициями – это евровинт и роликовые направляющие.

fm: То есть опыт общения с китайскими производителями у Вас все-таки имеется...

А.Н.: Да, но если сравнивать их с немцами, это, так сказать, далеко не одно и то же. Последние ориентированы на долгосрочное

Мы увидим и уже известную на российском рынке фурнитуру под ее реальными китайскими именами

фурнитуры вынужден только тот, кто испытывает серьезный дефицит денежных средств. Только вот вопрос, почему у таких компаний нет денег, когда мебельный рынок растет???

Возможно, азиатское качество *достаточно* для России. При этом четкой системы аргументации в пользу Европы действительно нет. Есть несколько версий о причинах такой ситуации, которая, впрочем, характерна не только для мебельной отрасли.

На минувшем франкфуртском автосалоне, как известно, присутствовало рекордное количество китайских производителей, которые подобно фурнитурщикам говорили о качестве и приемлемой цене своего товара. В ответ на это ассоциация немецких автопроизводителей (ADAC) прямо на выставке устроила краш-тест. В итоге китайский автомобиль получил повреждения, охарактеризованные как «абсолютно несовместимые с жизнью пассажиров», хотя внешне выглядел он вроде бы не хуже немецкого. Вот пусть каждый и решает, что для него *приемлемо и достаточно*. Фурнитуру – как и автомобили – невозможно изготовить на коленке, кустарным способом. Слишком сложный это процесс. Нужны многолетняя история, опыт, работа целых исследовательских институтов, традиции, наконец.

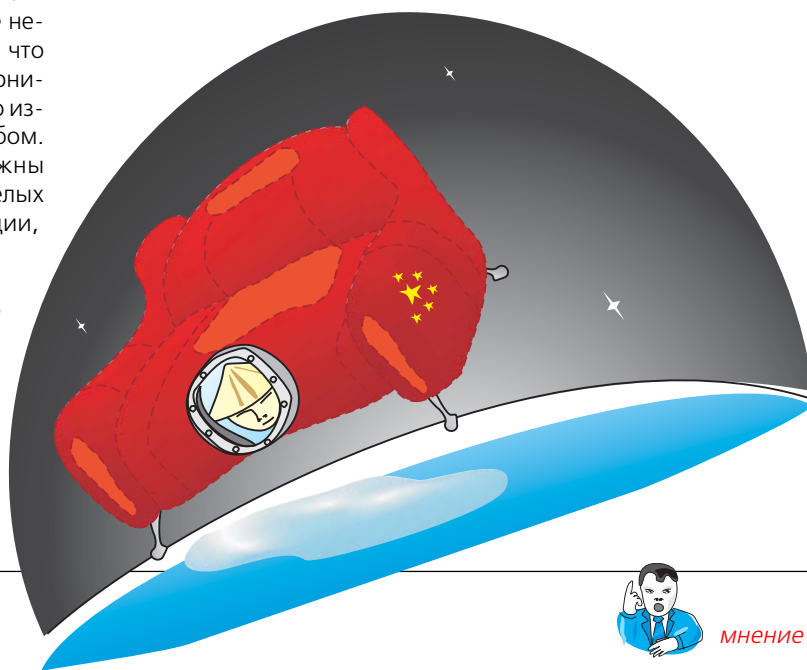
fm: Чем же тогда объяснить, что часть продукции одного из ваших поставщиков концерна Hettich International производится не только в Европе, но и в Китае?

А.Н.: Hettich имеет производства в нескольких странах мира, в том чис-

сотрудничество, активно поддерживают нас с продвижением новых товаров и товарных групп, в маркетинговых акциях, ответственны в вопросах поставок, что не свойственно их юго-восточной дочке. Учитывая все сказанное, стараемся свести к минимуму общение с азиатами в пользу немецкого офиса Hettich, у сотрудников которого всегда есть чему поучиться.

fm: И что, например, полезного Вы узнали и, может быть, применили у себя?

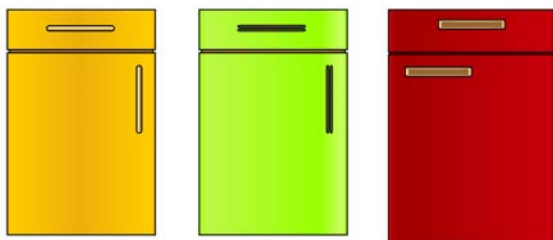
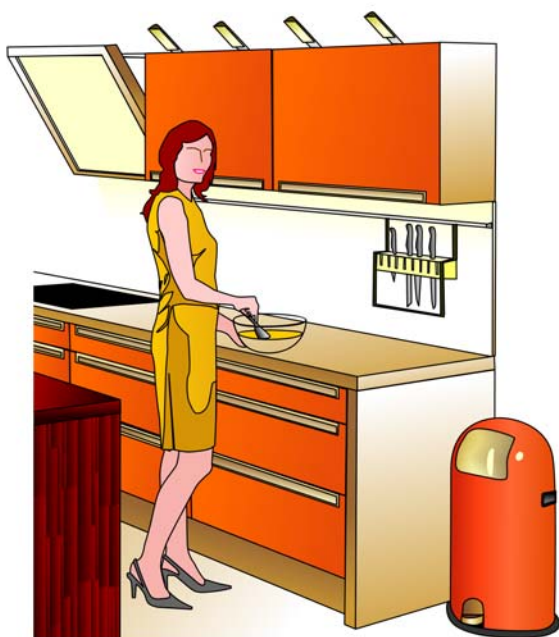
А.Н.: Во-первых, стараемся, учитывая интересы клиентов на долгосрочную перспективу. Кроме того, этой весной мы приобрели помещение под новый логистический терминал площадью 12 000 квадратных метров, строим новый выставочный зал, используем европейские программные продукты, общаемся к клиентам не только лично, но и посредством корпоративной прессы.



M.O.W. – ЭТО БУДУЩЕЕ



Девиз этого стратегически важного для любого мебельщика мероприятия звучит как «The Furniture.The Future.The Fair». В переводе на русский это значит что-то вроде «Выставка, обозначающая тенденции будущего». Ежегодно в конце сентября в немецком городе Бад Зальцзюфлен (Bad Salzungen) в рамках выставки M.O.W. производители кухонь демонстрируют модели, которые будут пущены в производство в следующем году. При этом дизайнеры не на шутку озабочены проблемой копирования своих лучших образцов, а потому фотографировать экспозиции строго запрещено. Однако мы нашли возможность рассказать вам о тенденциях-2006.



КОНТРАСТ ТЕМНОГО И СВЕТЛОГО

Черные фасады комбинируются со светлыми боковыми стенками и наоборот – светлые фасады соседствуют с темными стенками мебели.

ЯРКИЕ ЦВЕТА

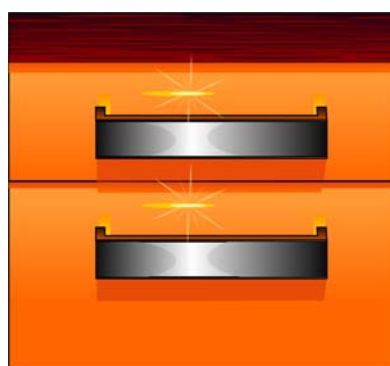
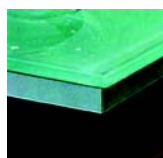
Хитами следующего года станут ярко-красный, апельсиновый и желтый (sunflower), фисташковый зеленый (pistachio). С яркими цветами соседствуют модные оттенки кремового и коричневого (Creme Tints, Brown Tints, Wooden Optic).

fieramagasin #3(3)



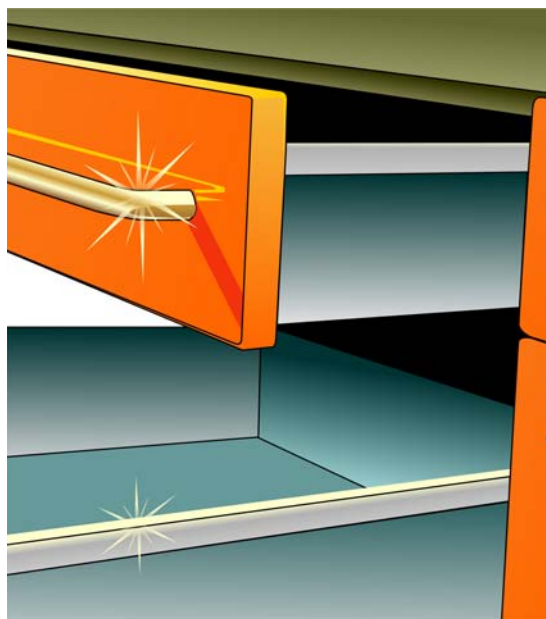
СИЯЮЩЕЕ ПОКРЫТИЕ

В моду входят лак и блеск (даже на боковых стенках кухонного гарнитура). Остается популярным стекло.



ХРОМ

Хромированные детали повышают стоимость мебели. Прелесть дорогого гарнитура чувствуется даже внутри кухонных ящиков и шкафов.



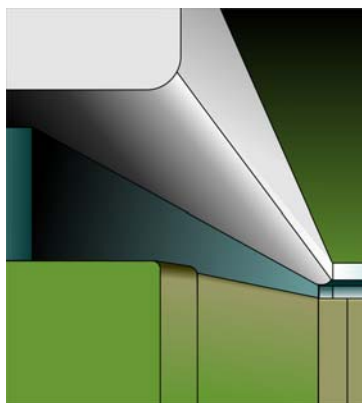
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

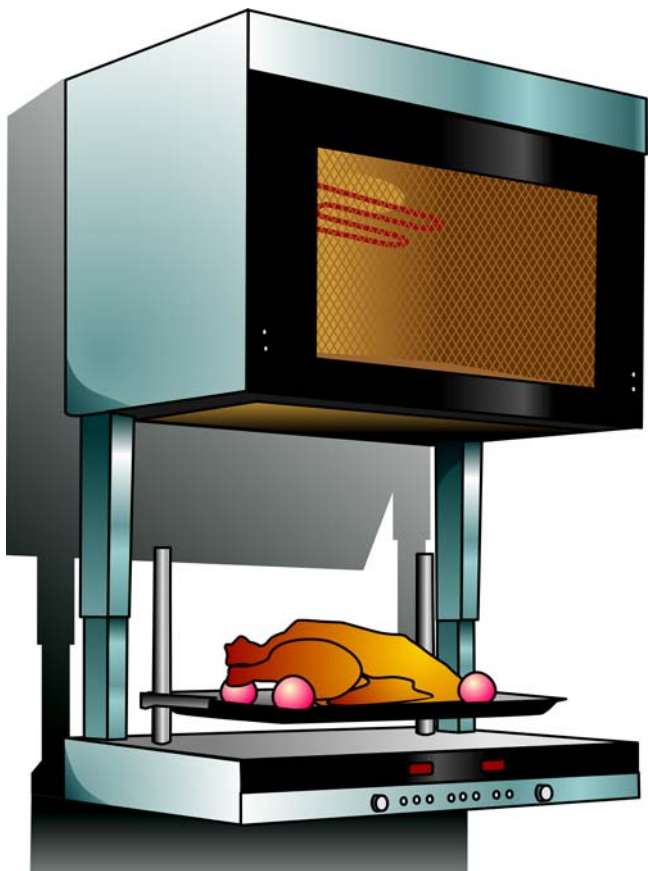
Почти все европейские производители представили образцы кухонь, в которых присутствуют элементы гостиной.



РУЧКИ ПОЧТИ ИСЧЕЗЛИ

Вместо них все чаще используется декоративный профиль.





АБСОЛЮТНЫЕ НОВИНКИ

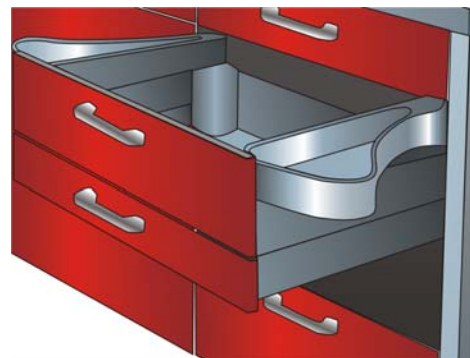
Духовка оснащена подъемным механизмом.

Элементы мультимедиа интегрированы в кухню.

Организация пространства ящиков.

Боковые элементы выдвигаются при открывании.

Деревянные элементы сочетаются со стальными и пластиковыми.



НОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЕРХНИХ ШКАФОВ

Складывающиеся вовнутрь дверки, а также применение демпферов.



НОВЫЙ ПОДХОД К ЭКСПОЗИЦИИ

Некоторые производители предлагали вниманию гостей кухни устаревшей конструкции, надеясь таким образом подчеркнуть достоинства современных моделей, вызвать эмоциональную реакцию конечного потребителя. И им, по словам очевидцев, это удалось.

• БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩЬ В ПОДГОТОВКЕ ПУБЛИКАЦИИ ЭЛЬКЕ МАЙЕР (ELKE MEYER), КОНЦЕРН НЕТТИСХ, ГЕРМАНИЯ



МЫ САМЫЕ СМЕЛЫЕ!

Оригинальность и индивидуальный подход декларируются новосибирской фабрикой «Камеа» как критерий успеха на рынке. Именно «Камеа» стала первым российским производителем, не задумываясь поставившим на поток новинку не только для России, но и для Европы — профиль для приклеивания стекла. Почти полкилометра этого профиля ушло в производство за последние несколько месяцев. «Мы — самые смелые!» — говорит менеджер по снабжению фабрики «Камеа» Георгий Тум:

— Новинка позволила нам выгодно выделиться в этом сезоне. На февральской выставке ZOW мы увидели немецкое глянцевое оргстекло (удивительно прочное и стойкое к царапинам по сравнению с аналогами из Италии и Голландии) и приняли решение пустить его в производство, однако в привычных алюминиевых фасадах оно выглядело недостаточно эффектно. Нас выручило предложение «Фиеры» — специальный профиль для приклеивания стекла.

Сегодня мы можем сказать, что новинка имеет успех у клиентов. Применяем этот профиль в сочетании с глянцевым и матовым стеклом в дорогой мебели, заказчики которой приходят к нам не столько следуя рекламе, сколько по рекомендациям. Это мы называем повторным заказом. «Повторники» (а их до 70%) приходят именно за оригинальной идеей. Чтобы держать марку, нам приходится искать такие новинки, на которые не сразу решаются конкуренты — чтобы догнать нас, им сегодня требуется минимум полгода. Процесс поиска свежих идей всегда не прост, поэтому особенно приятно, когда поставщики стараются держать нас в курсе европейских новинок.

Напомним, что «Фиера» организовала производство рамок из алюминиевого профиля, что позволяет поставлять заказчикам готовые фасады. Теперь стал возможен заказ рамок вместе со вклеенным бельгийским стеклом (фирма Glaverbel) с обработанной кромкой. Предусмотрено несколько цветов.



fieramagasin #3(3)



ШВЕЙЦАРСКИЙ ПАРТНЕР С РУССКИМ ИМЕНЕМ

Сегодня мы беседуем с Питером Вебером (Peter Weber) — главой компании Пека (что в латинском написании выглядит не иначе как Река). Его компания стала известной в Европе еще в 80-е годы выдвигаемыми и поворотными аксессуарами для кухонь, а в этом году Река выходит на российский рынок.

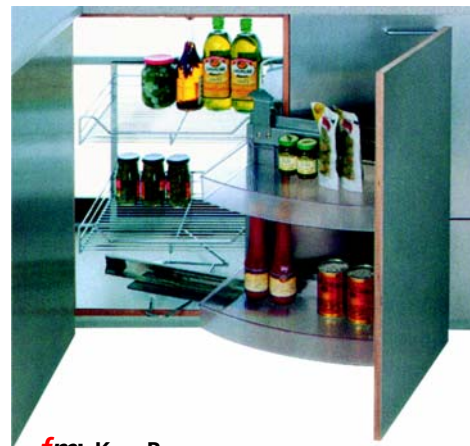
fm: Для начала мы бы хотели услышать пару слов об истории Река. Российский производитель пока знает о компании немного.

П.В.: Возможно, производитель с нами знаком мало, зато потребитель точно видел, а возможно, и пользовался нашими продуктами. Дело в том, что мы сотрудничаем с широко известными во всем мире фабриками кухни Piatti, Alno, Miele, Boffi, Clean-up, а они в свою очередь экспортируют свою продукцию в Россию.

Если говорить об истории компании, то она началась в 1964 году. Река была основана моим отцом Эрнестом Вебером и сначала занималась производством систем для ящиков. Я начал работать там 12 лет спустя, после получения диплома инженера, и через некоторое время Река заняла более широкую нишу комплексных систем для кухонь. Экспорт наших товаров начался в 1986 году в Германию, а сегодня персонал фабрики Река насчитывает 150 человек, и мы считаем Россию стратегически важным направлением для развития.

fm: Чем Ваша компания отличается от фирм-конкурентов?

П.В.: Должен признать, что наш ассортимент не так широк, как у некоторых конкурентов, часть из которых предлагает даже специальную фурнитуру для больницы мебели, но мы имеем одно важное преимущество. Это инновационный подход. За последние несколько лет мы зарегистрировали более 50 патентов. Среди них выдвигаемые системы, широко известный в вашей стране волшебный уголок (Magic Corner, наша версия), ведра с ножной педалью и с самозакрывающимся механизмом, а также новый ящик с возможностью открывания с двух сторон.



fm: Как Вы считаете, какие из продуктов Река будут особенно популярны в России?

П.В.: Интерес к качественным аксессуарам для кухни растет среди российских мебельных фабрик, поэтому мы полагаем, что особым спросом будут пользоваться продукты, которые экономят пространство в шкафах. Это в первую очередь выкатные системы длиной 600–2300 мм и шириной 300–600 мм. Наша версия волшебного уголка найдет своего покупателя. Надеемся, что российскому производителю также понравятся наши узкие выдвигаемые системы Peroko. И еще одно интересное предложение — системы мусоросборников, которые в нашем исполнении представляют собой довольно экономичный вариант по сравнению с аналогами, уже представленными на вашем рынке.

fm: Какова тактика Вашей компании в нашей стране?

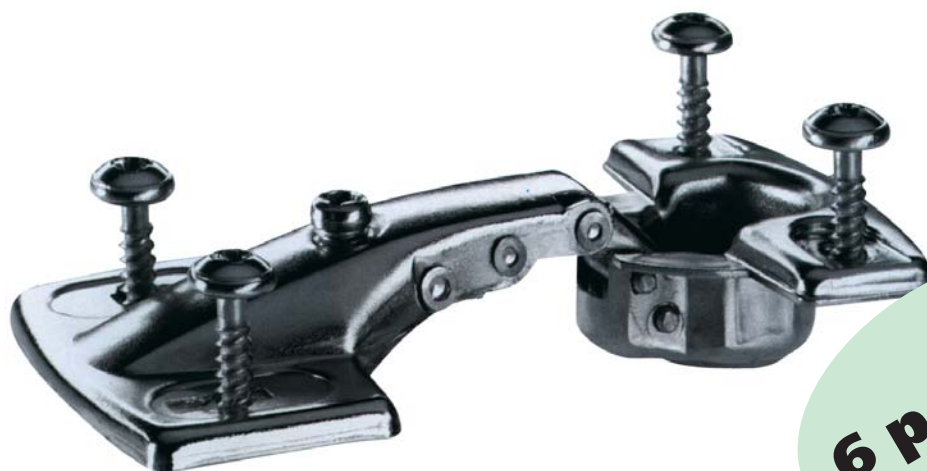
П.В.: Мы не планируем открывать представительство. С крупными заказчиками будем взаимодействовать через российского партнера. Таким образом наши продукты уже продаются во многих европейских странах.

• ПОЛИНА КЛИНСКАЯ



Благодарим нашего респондента и приглашаем всех желающих лично пообщаться с ним, а также увидеть продукцию компании Река на выставке «Мебель-2005» на Красной Пресне с 15 по 19 ноября (павильон центральный, стенд компании «Фьера» E056).

ЛУЧШЕЕ ВЛОЖЕНИЕ В ВАШУ МЕБЕЛЬ



6 р. 99 к.*

Петля Unimat, Hettich, Германия

Корпус и монтажная планка соединены в одно целое
Результат — эффектный внешний вид и простота комплектации



*Цена с учетом НДС при покупке от 500 штук
Объем партии не бесконечен

ЛУЧШЕЕ ВЛОЖЕНИЕ В ВАШУ МЕБЕЛЬ

€44,5
за комплект*



Подъемный механизм KB-30,
Hetal, Германия

€5,79
за комплект*

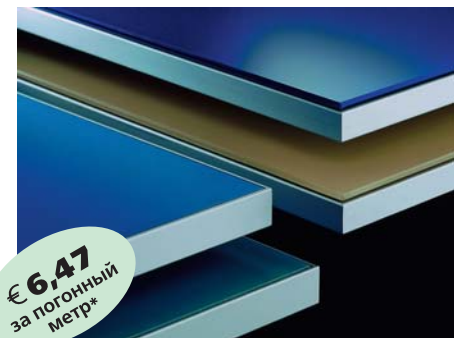


Подъемный механизм SK-105,
Hetal, Германия

€44,8
за комплект*



Подъемный механизм FB-1,
Hetal, Германия



€6,47
за погонный
метр*

Рамочный профиль для приклеивания
стекла, Schiesco, Германия

€1,73
за погонный
метр*



Кромочный профиль
для плиты 16 мм,
Schiesco, Германия



€4,06
за погонный
метр*

Декоративный профиль для кухонь
с фасадами без ручек, Schiesco, Германия



от €40,37
за комплект*

Системы мусоросборников
в ассортименте, Река, Швейцария

€51,43
за комплект*



Направляющие для двустороннего
выдвижения DUAL, Река, Швейцария

€170
за комплект*



Лифт-система опускания сетчатых
корзин из высоковисящих шкафов,
Река, Швейцария



*Цена без учета налогов
Действует система скидок

САМЫЙ БЕЗОПАСНЫЙ ПРАЗДНИК В МИРЕ

Такой титул заслужил Баварский пивной фестиваль — Oktoberfest. Праздник алкоголя называют самым добрым и веселым. Он даже занесен в Книгу рекордов Гиннеса. Это возможно только в Германии!



Каждую осень в Мюнхен съезжаются любители пива со всего мира. Вот уже почти 200 лет прошло с тех пор, как в октябре 1810 года вся Бавария шумно сыграла свадьбу короля Людвига I и принцессы Терезии Саксонской. В честь бракосочетания были устроены народные гулянья, где всех желающих бесплатно угощали пивом. Торжество, безусловно, прошло удачно, и Людвиг отдал распоряжение проводить его ежегодно.

Вот уже 200 лет в Мюнхен съезжаются любители пива со всего мира

Сегодня праздник проходит сразу на нескольких площадках, так что весь город окутывается окутанным атмосферой всеобщего веселья — музыки, танца и, конечно же, пива! Праздник каждый год посещают около семи миллионов человек. Как же возможно конт-

ролировать эту шумную веселящуюся толпу? Но немцы заботятся о безопасности весьма умело.

Очевидцы отмечают, что забота эта не навязчивая, не превращающая праздник в действие под строгим оком полиции. То и дело на глаза попадаются номера телефонов службы срочной помощи — если возникают проблемы, можно тут же вызвать подмогу. Во всех туалетных комнатах развешены плакаты примерно такого содержания: «Я хочу веселиться, гулять и танцевать. Я хочу знакомиться с новыми интересными парнями. Я хочу и люблю выпить пива. Но алкоголь может сделать меня легкой жертвой. Однако я не одна». Далее написан телефон службы помощи или совет обращаться к работникам охраны.

Драки и дебоши на Октоберфесте относительно редки. Их предотвращают многочисленные охранники. Причем замечаешь их только в том случае, если ситуация накаляется. Тогда они вдруг вырастают как из-под земли, причем без резиновых дубинок и улаживают конфликт. Если же люди празднуют, то и секьюрити пытаются получить свою долю радости — кокетничают с девушками, улыбаются — в общем, никто не действует на нервы мрачными лицами.

Своей красотой и размахом Октоберфест поражает с самого открытия, которое собирает тысячи празднично украшенных карет и телег с пивом со всех областей Германии. В процессии участвуют колонна стрелков, артисты и исполнители фольклора, духовые оркестры, а также представители от всех земель Германии.

За время проведения фестиваля выпивается около 7 млн литров пива, съедается около 600 тысяч жареных цыплят и столько же тысяч сосисок, более 65 тысяч порций свиных рулек и примерно 84 быка(!) Но Октоберфест — это не просто праздник живота. Это по-настоящему добрые и веселые народные гулянья, где помимо пивных павильонов работает более двух сотен аттракционов и концертных площадок. Не слу-

fieramagasin #3(3)



чайно сами немцы приходят на Октоберфест с детьми. Карусели, американские горки, ралли, клоуны и прочие забавы не оставляют скуке никаких шансов, а бесчисленное множество сувенирных лавочек наряжает город в тирольские шапочки с перьями, смешные колпаки, кепки, стилизованные под пивные бочонки, мужчин — в кожаные шорты, а женщин — в национальные баварские платья и чепчики.

Специальная служба по огонькам опознает активных гостей праздника

Огромное количество специальных светящихся украшений (сердечек, рожек, мигающих шапочек) продается не только ради красоты, но и в целях безопасности. Например, если вы, прогуливаясь по вечернему Мюнхену, увидите, как где-то сверкают сердечки и звездочки, это означает только одно: кто-то, слегка перебрав, заснул прямо на свежем воздухе. Специальная служба по огонькам опознает активных гостей праздника и отвозит их в специально отведенное место, куда за потерявшимися приходят друзья и родственники.

Специально к Октоберфесту изготавливают особое полутемное и довольно креп-

кое пиво — октоберфестбир. Оно варится в марте, все лето бродит и к началу праздника становится очень вкусным. Так что смело надевайте мигающую шапочку и пробуйте!!!

• ПО МАТЕРИАЛАМ
НАШИХ НЕМЕЦКИХ КОЛЛЕГ



РАЗМЕР – НЕ ГЛАВНОЕ!

Предметы мебели, поражающие своей величественностью, нередко демонстрируются нам на лидовых выставках. Однако современность диктует несколько другой, весьма прагматичный подход к жилищу. Для чего, к примеру, при покупке новой квартиры платить за огромный коридор, если можно обставить прихожую изящной и оригинальной мебелью, которая почти не займет места и в то же время запомнится своим минимализмом?

Вот, например, одна из таких идей, замеченных на минувшей выставке Interzum.



Этот миниатюрный табурет в сложенном состоянии не занимает места и не мешает под ногами. Его можно вписать в интерьер прихожей по цвету и стилю. Такая идея пришла в голову одному из японских дизайнеров.

Подобные универсальные вещи можно найти и у фирм с мировым именем. В частности, немецкий концерн Kesseboehmer предлагает множество легких и невесомых решений. Вот, например, идеи для прихожей.

Те же элементы мебели можно использовать в гостиной и на кухне.



Эти вещи почти не занимают места, они как бы невесомы и изящны, просты, но способны к трансформации. Они легко демонтируются и могут служить вам с равным успехом в прихожей, гостиной, в ванной и обеденной зоне. Актуальность таких решений для российских домов не оставляет сомнений.

Если в ваш салон приходит покупатель и заказывает небольшую кухню, предложите ему еще парочку стильных мини-решений – для прихожей и гостиной из ассортимента «Фиеры». Объясните, что дело вовсе не в размере. Главное – функциональность и стиль!!!

Подробнее с этими и другими позициями можно познакомиться в разделе аксессуаров для кухни, ванной комнаты, гостиной и прихожей www.fierashop.ru.

fieramagasin #3(3)



fiera
shop.ru

ПРОДАЕМ КРАСОТУ
WWW.FIERASHOP.RU

АКСЕССУАРЫ И СВЕТ ДЛЯ МЕБЕЛИ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ МАРОК

Как в лучших шкафах Берлина



ФИЕРА

Лучшее вложение
в вашу мебель

МОСКВА: ул. Иркутская 11/17 оф.502, 503, тел.: (095) 771 3450;
БЕРЕЗОВСКИЙ (Свердловская обл.): ул. Чапаева, 39/14, тел.: (343) 345 0515;
КАЗАНЬ: ул. Декабристов, 187-А, тел.: (843) 543 5651;
ПЕРМЬ: ул. Пушкина, 116-Б, тел.: (342) 244 6453;
ЧЕЛЯБИНСК: пр. Ленина 21-В, офис 401, тел.: (351) 775 4559;
ТЮМЕНЬ: ул. Клары Цеткин, 4, тел.: (3452) 792 665;
www.fiera.ru, e-shop: www.fierashop.ru