

drema - furnica

poznański magazyn targowy

WYDANIE SPECJALNE ISSN 1230-8994

Poprzeczka coraz
wyżej

str. 2

Biznes na Ukrainie

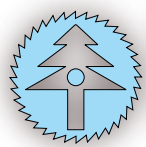
str. 7

Regaty – wiele się działo!

str. 9

Zwiedzający jest królem

str. 5



DREMASILESIA

TARGI MASZYN I NARZĘDZI DO OBRÓBKI DREWNA



MEBELTEC HEXPO

www.dsm.katowice.pl

3-5 października 2008, Katowice

Najlepsze w regionie...
Myśl globalnie, działaj lokalnie!

Już dziś zapraszamy na II edycję!

ORGANIZATORZY



Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.
ul. Bytkowska 1B, 40-955 Katowice
tel. +48 32 / 789 91 60, fax +48 32 / 254 02 27
www.mtk.katowice.pl



Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48 61 / 869 22 64, fax +48 61 / 869 29 56
www.mtp.pl

W numerze

AKTUALNOŚCI

2

- Jakie jutro targów – rozmowa z Tomaszem Kobierskim, wiceprezesem zarządu MTP
- DREMA, FURNICA – quo vadis?
- Najważniejsza jest przyszłość – rozmowa z Miłosem Matelskim, dyrektorem targów DREMA i FURNICA



W KRĘGU WYDARZEŃ

4



- Fabryka Mebli na Żywo
- Międzynarodowe nie tylko z nazwy
- Zwiedzający jest królem
- Kompaktowa formuła
- O funduszach unijnych, mówi Anna Kacprzyk, z-ca dyrektora Departamentu Funduszy Europejskich Ministerstwa Gospodarki
- Polwood – weź udział w dyskusji
- Jesteśmy dobrzy – rozmowa z Andrzejem

Półrolniczekiem, prezesem Stowarzyszenia Producentów Maszyn, Urządzeń i Narzędzi do Obróbki Drewna Droma

- Na falach eteru
- Nowa jakość na Ukrainie
- Obecność na targach jest obowiązkowa, rozmowa z Markiem Adamowiczem, dyrektorem biura Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli
- Siła czy precyzja?
- Optymistycznie i sceptycznie, rozmowa z Bogdanem Czernko, dyrektorem biura Polskiej Izby Gospodarczej Przemysłu Drzewnego
- Z DREMA na regaty

OKIEM BRANŻY

10

- O rynku i targach



LUZDIE

14

- Dream Team – w drodze po mistrzostwo

TARGI PLUS

16



- A może konferencja?
- Czas dobrze wykorzystany
- Bliżej dziennikarzy
- Dobre stoisko – dobry wykonawca, rozmowa ze Zbigniewem Józefiakiem, dyrektorem ds. targowych usług technicznych
- Billboard, baner czy potykacz?

MIASTO

19

- A wieczorem...



Drodzy Czytelnicy,

przygotowania do targów DREMA i FURNICA rozpoczęły się już na dobre. Wiadomo, że weźmie w nich udział ponad 800 firm, które zaprezentują swoją ofertę na powierzchni przekraczającej 35 000 m². Już dziś ponad połowa tej powierzchni jest zarezerwowana. Tak duże zainteresowanie targami to efekt sukcesu ostatniej edycji, na którą złożyła się między innymi wyjątkowa praca zespołu organizacyjnego. Jak sami o sobie mówią na łamach tego wydania magazynu DREMA-FURNICA News, stanowią dobrze zgraną drużynę marzeń z entuzjazmem realizującą nawet najtrudniejsze zadania. W rezultacie uczestnikom targów oferowany jest coraz nowocześniejszy produkt wykraczający poza utarte schematy.

Program najbliższej edycji targów zapowiada się bardzo interesującą, o czym informujemy na stronach naszego czasopisma. Znajdą tu Państwo zapowiedzi profesjonalnych debat branżowych, wśród których na czoło wysuwa się Forum Polwood, poruszające najważniejsze problemy nurtujące przedsiębiorców działających w przemyśle drzewnym, licznych konkursów oraz zaproszenie do udziału w wyjątkowym przedsięwzięciu, jakim jest Fabryka Mebli na Żywo. W przyszłym roku ruszy z jeszcze większą parą i jak zapowiadają organizatorzy, będzie jeszcze bardziej interaktywna.

Na sukces targów, poza profesjonalną organizacją, ma również wpływ dobra koniunktura gospodarcza. O szansach i zagrożeniach sektora drzewnego i meblarskiego mówią na naszych łamach przedstawiciele największych organizacji branżowych, ministerstwa gospodarki, a także sami wystawcy. Od nich można się również dowiedzieć, jakie korzyści daje im udział w targach.

Zachęcamy też Państwa do zapoznania się z proponowaną wystawcom ofertą Międzynarodowych Targów Poznańskich. Aby udział w targach był jak najefektywniejszy, warto skorzystać z usług Centrum Kongresowego, wydziału budowy stoisk, z różnych form reklamy czy poznać nowe zasady organizacji spotkań matchmakingowych. A po pracowitym dniu zapraszamy na wypad do miasta.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury oraz udanych spotkań targowych.

Redakcja

NEWS

drema - furnica

edycja specjalna Poznańskiego Magazynu Targowego

Redaktor naczelna:
Halina Buczkowska
Redakcja:
Dorota Krawczak, Donata Naumienko,
Jacek Obarski, Anna Olszewska-Marcinkiewicz,
Dorota Piątkowska
Projekt graficzny:
Wanda Roszkowska
Projekt okładki: Sylwia Żelepin
Fotografie: Piotr Piosik, Dana Puciłowska

Przygotowanie do druku: Dariusz Niedziałek
Druk: Poligrafia Piotrowski
Redakcja: Trębacka 4, 00-074 Warszawa
tel. +48 22/ 828 99 44, fax +48 22/ 827 07 59
e-mail: warszawa@mtp.pl
Wydawca:
Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.
Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48 61/ 869 20 00, fax +48 61/ 869 29 99
e-mail: info@mtp.pl, www.mtp.pl

DREMA, FURNICA QUO VADIS?



Jakie jutro targów?

TOMASZ KOBIŃSKI
wiceprezes
zarządu MTP

Jaką pozycję rynkową zajmują dziś Międzynarodowe Targi Poznańskie na tle przemysłu targowego w Europie?

Europa jest kolebką przemysłu targowego, wystarczy spojrzeć na silne ośrodki targowe w Niemczech, czy we Włoszech. Na tym tle dobrze wypadamy, pod względem powierzchni wystawienniczej zajmujemy 26. miejsce na świecie. Organizujemy wiele liczących się na rynku europejskim wydarzeń biznesowych. Z dumą mogę wymienić tu taką plejadę gwiazd jak BUDMA, DREMA, POLEKO, POLAGRA FOOD, czy ITM Polska.

Jakie znaczenie mają MTP dla miasta Poznania?

Targi są czynnikiem miastotwórczym, rocznie przyjeżdża do Poznania niemal 600 tysięcy gości, którzy zostawiają tutaj 1 mld złotych w samych tylko restauracjach i hotelach. Poza tym nasza firma jest wizytówką regionu przyczyniając się do promocji Wielkopolski i Poznania w kraju oraz na świecie.

Jak wyobraża Pan sobie firmę za 20 lat?

W naszym regionie Europy gospodarka zmienia się bardzo dynamicznie dlatego za kluczowe uważam ciągle obserwowanie trendów na rynku. Bez wątpliwości przyszłością naszej branży jest informatyka. Cały czas modernizujemy infrastrukturę terenów targowych, aby była wygodna i spełniała światowe standardy. Ze szczegółów mogę powiedzieć, że właśnie zakończyliśmy projekt instalacji oddziałowej mieszczącej się w podłodze, co pozwoli naszym wystawcom znacznie obniżyć koszty uczestnictwa w targach. Targi, niezależnie od branży, co kilka lat potrzebują zmiany formuły, aby dopasować się do wymogów ich uczestników. Jako firma staramy się być do radcą Klienta, odnośnie doboru odpowiedniego zestawu narzędzi marketingowych.

Jakie znaczenie mają targi DREMA i FURNICA w katalogu produktów MTP?

DREMA i FURNICA należą do grona najlepiej rozwijających się wydarzeń biznesowych organizowanych przez MTP. Zajmują one trzecie miejsce w Europie pod względem wielkości. To modelowy przykład profesjonalnego narzędzia o charakterze ściśle biznesowym, integrującego uczestników rynku dóbr inwestycyjnych dla branży drzewnej i meblarskiej.

Co sprzyja rozwojowi tego typu targów?

W tym segmencie najważniejsza jest jakość kontaktu, efektywnie wykorzystany czas pobytu na targach. Z perspektywy organizatora profesjonalnego wydarzenia biznesowego dokładamy starań, aby poniesione przez uczestników targów koszty były inwestycją o wysokiej stopie zwrotu. Dlatego naszym głównym zadaniem nie jest dziś sprzedaż powierzchni wystawienniczej, ale tworzenie jak najbardziej komfortowych warunków do osiągnięcia celów marketingowych przez naszych Klientów. Ważnym krokiem w przypadku targów DREMA i FURNICA jest zmiana formuły obsługi profesjonalnych zwiedzających.



Ponad 21 000 profesjonalnych zwiedzających zapoznano się na targach DREMA i FURNICA w 2008 roku z ofertą niemal 800 firm z 21 państw. Targi te są najważniejszymi w regionie Europy Środkowo-Wschodniej i Południowej targami branży drzewnej i meblarskiej. Obecni są tu przedstawiciele praktycznie wszystkich liczących się na świecie marek. Mają bardzo duży oddźwięk w mediach. Wzbudzają zainteresowanie nie tylko prasy branżowej, ale inspirują dziennikarzy prasy ogólnej, telewizji i radia. W 2008 roku akredytowało się na nich 275 dziennikarzy z kraju i zagranicy.

W dniach od 31 marca do 3 kwietnia 2009 roku w Poznaniu odbędą się Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego DREMA, a także Międzynarodowe Targi Komponentów do Produkcji Mebli FURNICA. Jak będzie wyglądać ich formuła organizacyjna?

Odbijające się w jednym czasie i miejscu targi DREMA i zyskujące obecnie miano międzynarodowych targi FURNICA na stałe wpisują się w kalendarz profesjonalistów z branży drzewnej i meblarskiej. Raz w roku do Poznania przyjeżdżają z kraju i z zagranicy dostawcy dla branży, aby spotkać się z osobami podejmującymi konkretne decyzje inwestycyjne. Jednakże cztery dni targowe rozmów handlowych poprzedzone są intensywnymi przygotowaniem zarówno ze strony wystawców, jak i organizatorów targów. A te zapowiadają się bardzo atrakcyjnie. Podczas przyszłorocznej edycji swoją ofertę zaprezentuje ponad 800 firm, które zajmą ponad 35 000 m² przestrzeni wystawienniczej. Już dziś ponad połowa tej powierzchni jest zarezerwowana.

Targi to nie tylko efektywne stoiska i bogata oferta wystawców, to także ciekawy program konferencji, seminariów i interesujące przestrzenie pokazowe. W 2009 roku nie zabraknie jednych i drugich. Przygotowania do uruchomienia Fabryki Mebli na Żywo już rozpoczęto, a według zapowiedzi ta unikalna prezentacja będzie jeszcze ciekawsza. Organizowane wspólnie z Wydawnictwem Inwestor III Forum Gospodarcze Polskiego

Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego Poland to kolejny punkt programu targów DREMA i FURNICA, którego nie można przegapić. Biorą w nim udział przedstawiciele branży drzewnej i meblarskiej, a także eksperci z dziedziny ekonomii i biznesu. Nowością w przyszłym roku będzie konferencja poświęcona rynkowi rosyjskiemu, a jej uczestnicy podzielą się swoją wiedzą i doświadczeniami, również związanymi z zasobami surowca na Wschodzie. Goście targów FURNICA zainspirują się na przestrzeni specjalnej Urok Detalu – wystawy, której tradycyjnie towarzyszy ciekawy cykl wykładów na temat wzornictwa.

Na rynku dóbr inwestycyjnych profesjonalny charakter rozmów handlowych ma zasadnicze znaczenie dla osiągnięcia celów marketingowych. Już wcześniej, pragnąc zapewnić wystawcom i zwiedzającym jak najefektywniejszy udział w targach, MTP wprowadziły rejestrację gości targowych. Podczas przyszłej edycji uczestnicy targów będą mogli korzystać z bezpłatnego cateringu, dostępnego we wszystkich pawilonach wystawienniczych, podczas wszystkich dni trwania targów DREMA i FURNICA. Ponadto dla profesjonalnych zwiedzających, którzy zarejestrują się na miejscu po przybyciu na targi lub przez Internet – zniesiono opłatę za wstęp. Dotychczas wynosiła ona 50 procent wartości biletu wstępu dla osób, które nie dokonały rejestracji.

Ponadto Międzynarodowe Targi Poznańskie udostępniają do dyspozycji wystawców i zwiedzających usługę matchmakingu, pozwalającą dokładnie zaplanować wizytę na targach DREMA i FURNICA. Dzięki współpracy z instytucjami i mediami z Europy Wschodniej w przyszłym roku spodziewany jest wzrost frekwencji zwiedzających m.in. z Rosji, Ukrainy, a także z krajów Nowej Europy. Rosnąca popularność targów DREMA i FURNICA to zasługa towarzyszącej im szerokiej kampanii reklamowej. Reklama prasowa w najważniejszych mediach o charakterze branżowym i biznesowym w kraju i zagranicą – to jedynie część złożonego planu promocji „święta” branży drzewnej i meblarskiej. Na targach goszczą dziennikarze z krajowych redakcji, ale także coraz więcej przedstawicieli mediów z zagranicy: z Włoch, Niemiec, Rosji, Ukrainy, Czech, czy Rumunii. Dzięki temu targi DREMA i FURNICA zdobywają coraz większy rozgłos w Europie i na świecie, a miasto Poznań zyskuje na wizerunku miejsca będącego źródłem innowacji. Nowoczesna formuła najważniejszego w regionie Europy Środkowo-Wschodniej i Południowej spotkania biznesowego odpowiada aktualnym potrzebom zwiedzających ze wszystkich sektorów branży – od produkcji tartacznej do wytwarzania gotowych wyrobów w postaci produktów stolarki otworowej czy też mebli. DREMA i FURNICA to miejsce kreowania wizerunku firmy, miejsce prowadzenia efektywnych rozmów biznesowych. Zapropionowana przez organizatorów nowa forma obsługi profesjonalnych gości targowych uczyni pobyt w Poznaniu jeszcze bardziej komfortowym.

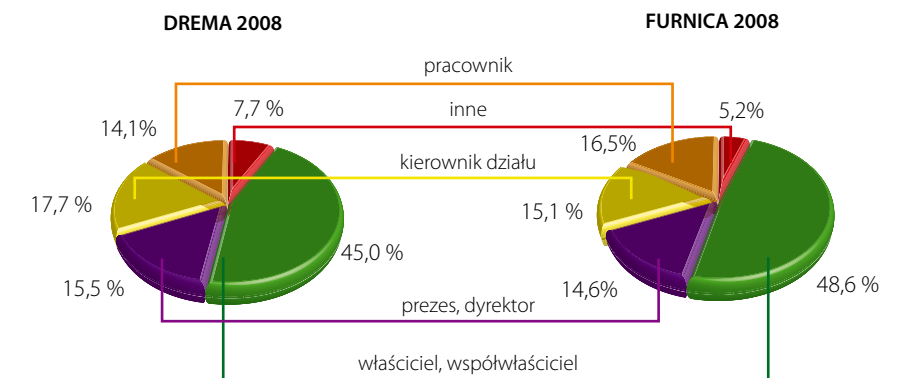
Profesjonalna publiczność

Szczególną wagę organizatorzy targów DREMA i FURNICA przywiązują do zapewnienia wystawcom obecności na targach potencjalnych klientów. Utrzymują stały kontakt z ponad 20 tysiącami przedstawicieli branży drzewnej i meblarskiej. Prowadzą szeroką akcję promocyjną przez cały rok docierając z informacjami o targach DREMA i FURNICA do fachowców zarówno w kraju, jak i za granicą. Specjalny system rejestracji zwiedzających pozwala na stałą rozbudowę bazy adresowej osób

zainteresowanych branżą drzewną, a także przeprowadzanie specjalnych badań wśród zwiedzających dzięki którym można lepiej poznać ich potrzeby i oczekiwania. Wnikliwa analiza badań pozwala przygotować odpowiedni program targów i przyciągnąć na nie profesjonalistów.

Poniżej wyniki badań przeprowadzonych w 2008 r. charakteryzujące gości targowych.

Stanowisko zajmowane w firmie przez odwiedzających



Najważniejsza jest przyszłość

MIŁOSZ MATELSKI
dyrektor targów DREMA i FURNICA

Od roku jest Pan dyrektorem targów DREMA i FURNICA. Przed nami jubileuszowa 25. edycja. Jak Pan radzi sobie z dużymi oczekiwaniami ze strony wystawców i zwiedzających?

Sukces poprzedniej edycji targów sprawił, że mamy dziś wysoko ustawioną poprzeczkę. Postrzegam ten fakt jako plus, mamy bowiem szansę przecierać ścieżki, wyznaczać trendy w przemyśle targowym, a przy okazji sami się rozwijać.

W jakim kierunku zmiierają plany organizacyjne najbliższej edycji?

Oprócz stałych pozycji pojawi się kilka nowych elementów. Z naszymi partnerami medialnymi z Europy Wschodniej planujemy organizację konferencji na temat rynku rosyjskiego. Mam nadzieję, że w dzisiejszej sytuacji rynkowej ten temat jest wyjątkowo interesujący. W czasie targów odbędzie się u nas posiedzenie zarządu EUMABOIS, szczególnie istotne dla branży producentów maszyn, urządzeń i narzędzi dla przemysłu drzewnego i meblarskiego.

Czy także w obsłudze wystawców zająd zmiany?

Naszą ambicją jest wychodzenie ponad standardy. To, co

sprawdzało się świetnie wczoraj, dzisiaj już nie wystarcza. Dlatego powiększamy nasz zespół organizacyjny, ulepszymy funkcjonalność naszych stron internetowych. Do dyspozycji wystawców są edytowalne elektronicznie formularze, co usprawni procedurę zgłoszeniową.

Czy biznesowy charakter targów DREMA i FURNICA pozostanie nadal biznesowym?

Tego rodzaju model jest najodpowiedniejszy dla rynku dóbr inwestycyjnych. Z naszej strony pracujemy nad jego ulepszeniem, chociażby poprzez udostępnienie usługi matchmakingu, która pozwala na dokładne zaplanowanie efektywnego pobytu na targach. W przyszłym roku spodziewamy się znacznego wzrostu liczby profesjonalnych zwiedzających z krajów Europy Wschodniej i Południowej. Poza tym planujemy znieść opłatę wstępu na targi dla zarejestrowanych profesjonalistów. Mam nadzieję, że ten krok, a także bezpłatne punkty cateringowe w pawilonach targowych, jeszcze w większym stopniu ułatwią prowadzenie rozmów biznesowych w fachowej i komfortowej atmosferze.

Fabryka Mebli na Żywo

Fabryka Mebli na Żywo w przyszłym roku zaangażuje jeszcze więcej firm. Organizatorzy projektu podnoszą poprzeczkę i chcą zrealizować to ciekawe przedsięwzięcie z jeszcze większym rozmachem.

Bardziej interaktywna

Jak mówi Michał Różański, koordynator Fabryki i osoba odpowiedzialna za każdy aspekt przedsięwzięcia, istnieje kilka nowych pomysłów na uatrakcyjnienie formuły prezentacji. Fabryka jeszcze w większym stopniu zaangażuje gości (zwiedzających) targów DREMA i FURNICA.

Tematem ubiegłej przestrzeni prezentacyjnej było pokazanie tajników produkcji mebli kuchennych przy wykorzystaniu najnowocześniejszych maszyn, urządzeń, narzędzi i komponentów. Dla zwiedzających profesjonalistów z branży meblarskiej targowa Fabryka jest unikalnym źródłem praktycznej wiedzy, albowiem zastosowane w niej procesy technologiczne trudno zobaczyć na żywo gdziekolwiek indziej w pełnym rozruchu. Aby zbudować tego rodzaju przestrzeń, potrzeba wiele wysiłku organizacyjnego.



Podczas najbliższej edycji targów kolejny raz uruchomiona zostanie Fabryka Mebli na Żywo. Ten unikatowy na skalę europejską projekt zyskał uznanie środowiska branżowego i medialnego z Polski i zagranicy. W 2008 roku wzięło w niej udział 28 firm.

– Zazwyczaj w projekcie bierze udział kilkadziesiąt firm i każda ma wyznaczone odpowiedzialne zadania – mówi Miłosz Matelski, dyrektor targów DREMA i FURNICA. – Realizacja budowy Fabryki na terenach targowych jest poprzedzona długą i intensywną pracą nad planem koordynacji tych działań. Mamy tu do czynienia z rzeczywistym łańcuchem dostaw, gdzie wszystkie ogniwa łączą się w jedną całość. Przedsięwzięcie jest jeszcze bardziej skomplikowane ze względu na konieczność realizacji zamysłu projektanta mebli. Zatem wybudowany park maszynowy i komponenty nie są zbiorem przypadkowych elementów, ale starannie dobraną „układanką” odpowiednich procesów technologicznych. Jak

mówią organizatorzy, jest to klucz do osiągnięcia nadrzędnego celu organizacji całego przedsięwzięcia, czyli dostarczenia unikalnej wiedzy na temat zastosowania technologii w praktyce.

Partnerzy medialni i szeroka promocja

Fabryka Mebli na Żywo jest szeroko promowana w kluczowych mediach ogólnopolskich i branżowych w kraju i zagranicą. O przestrzeni specjalnej piszą takie periodyki jak m.in. Gazeta Przemysłu Drzewnego, Meblarstwo, Produkcja Mebli, Meble Plus, Moebel Fertigung, Holz Zentralblatt, Il Legno, Liesnaja Industria. Nie brakuje relacji w Internecie, pojawiających się na portalach drewno.pl, drewno.net, stolarstwo.pl, meble.pl, forda.com. Inicjatywą

Międzynarodowe nie tylko z nazwy

Po trzech latach obecności na rynku FURNICA zmienia swoje oblicze. Struktura wystawców i coraz większa liczba zagranicznych zwiedzających – to główne czynniki, które skłaniają organizatorów do dodania w nazwie targów słowa „międzynarodowe”.

Międzynarodowe Targi Komponentów do Produkcji Mebli FURNICA odbywają się w Poznaniu w cyklu corocznym począwszy od 2006 roku. Na początku towarzyszyły targom MEBLE, jednak MTP, kierując się głosami rynku, postanowiły organizować imprezę w innym, wcześniejszym terminie, równoległe z Międzynarodowymi Targami Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego DREMA. – Kiedy trzy lata temu podjęliśmy decyzję o stworzeniu zupełnie nowych targów FURNICA, na których producenci mebli mogli znaleźć najnowsze komponenty do produkcji, nikt nie przypuszczał, że w tak krótkim czasie wydarzenie to urosło do rangi międzynarodowej – wspomina Miłosz Matelski, dyrektor projektu. Jak mówi, sukces targów FURNICA polega także na ich dobrym uplasowaniu w kontekście potrzeb branży meblarskiej. W jednym miejscu i czasie zwiedzający profesjonalści mają dostęp do najnowszych komponentów i technologii, mogą uczestniczyć w ciekawym programie wydarzeń i podziwiać unikalne prezentacje, takie jak np. Fabryka Mebli na Żywo, która

jest ogniwem łączącym zakres tematyczny targów DREMA (technologia i technika) i FURNICA (komponenty).

Rosnąca liczba zagranicznych wystawców

Ekspozycja targów FURNICA obejmuje pełen asortyment komponentów i prefabrykatów do produkcji mebli. W roli wystawców występują czołowe firmy, których marki znane są na arenie międzynarodowej. Jest to szczególnie korzystne dla zwiedzających, ponieważ umożliwia im dostęp do światowych trendów, bez których trudno dziś sobie wyobrazić konkurowanie na wymagających rynkach konsumentów. Na ostatnią edycję targów 37% wystawców przyjechało bezpośrednio z zagranicy.

Liderzy na targach

FURNICA to plejada znanych firm specjalizujących się w produkcji i dostawie komponentów do produkcji mebli. Proponowane przez nie rozwiązania pomagają realizować nawet najbardziej zaawansowane kolekcje meblowe.



Aby dostrzec nowości i inspiracje należy spojrzeć poza horyzont własnej branży i specjalizacji. Przenikanie tendencji i ciekawych rozwiązań z jednej dziedziny do drugiej przynosi zaskakujące efekty – tak twierdzi pani Zuzanna Skalska trendwatcher holenderskiej agencji VanBerlo Strategy + Design, która miała cykl wykładów na targach FURNICA w 2008 roku.

Oprócz standardowej oferty dla mebli kuchennych, wypoczynkowych czy biurowych zakres tematyczny targów FURNICA obejmuje także tkaniny, akcesoria i komponenty do wytwarzania mebli tapicerowanych.

Unikalność i pozytywny oddźwięk

Podczas targów odbywają się ciekawe seminaria i prezentacje, które swoją tematyką odpowiadają obecnym potrzebom branży producentów mebli. Jedną z takich prezentacji jest Urok Detalu, skupiający uwagę profesjo-

interesują się również redakcje biznesowe gazet ogólnopolskich, takich jak Gazeta Wyborcza czy Puls Biznesu.

Doskonały efekt marketingowy

Targowa Fabryka Mebli na Żywo jeszcze bardziej przybliży współtworzące ją firmy do osiągnięcia ich celów marketingowych. Oprócz udziału w targach DREMA czy FURNICA (lub w obu tych imprezach jednocześnie), gdzie standardowym narzędziem komunikacji z klientami jest przestrzeń własnego stoiska, mają one okazję do pokazania swoich produktów w praktycznym zastosowaniu. Rozwiązania te podlegają ocenie, weryfikacji ze strony rynku odbiorców, na tle całego przedsięwzięcia. Odwiedzający przestrzeń mogą się przekonać o zaletach i ograniczeniach danej technologii, porozmawiać ze specjalistami i na tej podstawie podjąć decyzje inwestycyjne, nawiązać współpracę z solidnymi partnerami.

nalistów na topowych trendach panujących w świecie komponentów wykorzystywanych w meblarstwie. Na tej ciekawej przestrzeni można się dowiedzieć o panujących tendencjach z ust gości specjalnych, takich jak m.in. Zuzanna Skalska – trendwatcher agencji VanBerlo Strategy+Design z Holandii.

Z roku na rok targi FURNICA zdobywają coraz większą popularność nie tylko w kręgach dostawców i odbiorców najnowszej oferty komponentów meblowych. W 2008 roku po raz pierwszy odbyły się one pod patronatem ministra gospodarki, ze względu na ich znaczący wkład w transfer profesjonalnej wiedzy do branży meblarskiej, która odgrywa ważną rolę w skali całej gospodarki Polski.

Swoją rolę merytoryczną w program targów mają dziś takie instytucje jak Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli z ciekawą propozycją wykładów i seminariów. Organizatorzy targów współpracują m.in. ze Śląskim Związkiem Przedsiębiorczości w Cieszynie – uznanym w wielu kręgach ośrodkiem wzornictwa.

Targi FURNICA cieszą się dziś pozytywną opinią zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej. Świadczy o tym również coraz większa liczba akredytowanych dziennikarzy z zagranicy. Miejmy nadzieję, że zapowiadana przez organizatorów jeszcze bardziej międzynarodowa formuła targów podbije ich serca także w roku 2009.



ANNA BANASZAK
specjalista ds. obsługi zwiedzających

Zwiedzający jest królem

Jakie znaczenie dla wystawców mają goście targowi?

Myszę, że to zależy od branży i charakteru wydarzenia biznesowego. W przypadku targów DREMA i FURNICA mamy do czynienia z rynkiem dóbr inwestycyjnych, dlatego liczy się profesjonalny charakter rozmów biznesowych.

Czy obecna formuła targów pozwala uzyskać pożądane efekty?

Na to pytanie powinni sobie odpowiedzieć zarówno wystawcy, jak i zwiedzający. Mając jednak na uwadze przeprowadzone przez nas badania rynku, a także dynamiczny rozwój targów DREMA i FURNICA w ostatnich latach, mogę potwierdzić, że zaproponowana przez nas formuła sprawdza się.

Niemniej mamy do czynienia ze zmieniającym się rynkiem, zmieniającymi się potrzebami...

To prawda. I dlatego mamy rozbudowany i sprawdzony system komunikacji ze zwiedzającymi. W ten sposób możemy dopasować formułę targów do potrzeb całej branży.

A jak wyglądają te potrzeby dzisiaj?

Dziś idziemy w kierunku zapewnienia jak najkorzystniejszej atmosfery do rozmów biznesowych. Nasze główne zadanie to sprawić, aby przez kilka dni targi stały się prawdziwą enklawą tylko i wyłącznie dla branży drzewnej i meblarskiej. DREMA i FURNICA słyną z takiego właśnie profesjonalizmu. Co Państwo planują ulepszyć w 2009 roku?

Profesjonalni zwiedzający, którzy dokonują rejestracji na miejscu przy kasach, lub on-line przez Internet, nie muszą płacić za bilet. Otrzymają również bezpłatny egzemplarz katalogu. Ponadto we wszystkich pawilonach, w których odbywa się DREMA i FURNICA, uruchomione zostaną punkty cateringowe z nieodpłatnym jedzeniem i pić. Mamy nadzieję, że to odciąży wystawców od zamawiania cateringu na stoiska i uczyni uczestnictwo w targach jeszcze bardziej komfortowym.



DREMASILESIA MEBELTECHEXPO

KOMPAKTOWA FORMUŁA

W dniach od 3 do 5 października w Katowicach odbędzie się II edycja targów DREMASILESIA – MEBELTECHEXPO. Tematyka ekspozycji obejmuje maszyny i narzędzia dla branży obróbki drewna i produkcji mebli, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Honorowy patronat nad targami objęło Stowarzyszenie Producentów Maszyn, Urządzeń i Narzędzi do Obróbki Drewna Droma. Ubiegłoroczne spotkanie na Górnym Śląsku, po kilku miesiącach od zakończenia targów DREMA w Poznaniu, było kolejną okazją do rozmów handlowych przedstawicieli branży drzewnej i meblarskiej z dostawcami maszyn, urządzeń i narzędzi. Koncentracja przemysłu drzewnego i meblarskiego w regionie, a także duże

zainteresowanie nowymi technologiami, skłaniają organizatorów do ulepszania formuły biznesowego spotkania. Ostatnio ekspozycję targów tworzyło 56 firm, jednak ich liczba ma się powiększyć.

Notujemy pozytywny oddźwięk wśród czołowych firm z branży, co pozwala zakładać wzrost liczby wystawców i powierzchni ekspozycji. Z naszej strony spodziewamy się również większej liczby zwiedzających – mówi Miłosz Matelski, koordynator targów ze strony MTP.

Organizacja targów tej branży na Śląsku ma swoją wieloletnią tradycję, ale dopiero nawiązanie współpracy z MTP i zmiana terminu, pozwalają na pełne wykorzystanie możliwości i potencjału tego rynku – mówi Piotr Kubica, Prezes Zarządu MTK.

Organizatorzy: Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o. Międzynarodowe Targi Katowickie Sp. z o.o.

www.dsm.katowice.pl

Fundusze unijne

W ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013 Ministerstwo Gospodarki odpowiedzialne jest za wdrażanie priorytetów związanych z bezpieczeństwem energetycznym i przyjazną środowisku infrastrukturą energetyczną. W jakim zakresie z funduszy przeznaczonych na ten cel może skorzystać przemysł drzewny?

Ogólna kwota przeznaczona na realizację Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko wynosi 37,6 mld euro, w tym z funduszy EU pochodzi 27,9 mld euro, pozostałe 9,7 mld stanowi wkład krajowy. Wkład wspólnotowy zaangażowany w realizację programu będzie pochodził ze środków: Funduszu Spójności – 22,2 mld euro i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego – 5,7 mld euro. Ministerstwo Gospodarki pełni rolę Instytucji Pośredniczącej w systemie wdrażania priorytetu IX i X.

W ramach priorytetu IX: Infrastruktura energetyczna przyjazna środowisku i efektywność energetyczna – wsparcie uzyskują działania obejmujące zwiększenie stopnia wykorzystania energii pierwotnej w sektorze energetycznym (tj. podwyższenie sprawności wytwarzania oraz obniżenie strat w procesie przesyłania i dystrybucji energii) i obniżenie energochłonności sektora publicznego oraz zwiększenie wytwarzania energii ze źródeł odnawialnych, w tym biopaliw. Realizowane będą tylko takie projekty, które wykazują wyraźny pozytywny wpływ na środowisko poprzez zapewnienie znaczących skwantyfikowanych



ANNA KACPRZYK
z-ca dyrektora Departamentu
Funduszy Europejskich
Ministerstwa Gospodarki

oszczędności energii lub umożliwienie wzrostu wykorzystania odnawialnych źródeł energii.

W ramach Priorytetu X: Bezpieczeństwo energetyczne, w tym dywersyfikacja źródeł energii – wspierane będą działania obejmujące rozwój systemów przesyłowych i dystrybucyjnych energii elek-

trycznej, gazu ziemnego i ropy naftowej oraz budowa i rozbudowa podziemnych magazynów gazu ziemnego. Dofinansowanie obejmie także budowę systemów dystrybucji gazu ziemnego na terenach niezgazyfikowanych i przemysł produkujący urządzenia służące do produkcji paliw i energii ze źródeł odnawialnych.

Z dofinansowania pochodzącego ze środków POIiŚ będących w gestii Ministra Gospodarki może skorzystać także przemysł drzewny w ramach IX osi priorytetowej w Działaniu 9.5, gdzie wsparciem zostaną objęte projekty budowy zakładów produkujących biokomponenty i biopaliwa stanowiące samoistne paliwa, z wyłączeniem produkcji biopaliw stanowiących mieszanki z paliwami ropopochodnymi oraz produkcji czystego oleju roślinnego i bioetanolu produkowanego z produktów rolnych.



Jesteśmy dobrzy

W ostatnich latach przychody przedsiębiorstw produkujących obrabiarki i narzędzia do drewna rosły. Czy ta tendencja się utrzyma?

Kondycja sektora drzewnego oraz zachodzące w nim zmiany koniunktury mają swoje przełożenie na sytuację ekonomiczno-finansową przedsiębiorstw i tym samym wpływają na wygosparowanie nadwyżki finansowej, pozwalającej na prowadzenie procesów inwestycyjnych. Nie bez znaczenia jest też możliwość finansowania zewnętrznego prowadzonych inwestycji, bądź w postaci kredytów, bądź przy wykorzystaniu funduszy inwestycyjnych. Te właśnie determinanty wyznaczają potencjał inwestycyjny przedsiębiorstw i wpływają na popyt na urządzenia i narzędzia do obróbki drewna.

Według danych GUS przemysł drzewny zanotował w 2007 r. wzrost produkcji sprzedanej o 12,6 proc., a produkcja mebli wzrosła o 8,6 proc. W pierwszym kwartale 2008 r. wzrost produkcji sprzedanej w przemyśle drzewnym wynosił tylko 1,8 proc. a produkcja sprzedana mebli była o 2 proc. niższa. W 2007 r. producenci wyrobów drzewnych osiągnęli rentowność netto 7,2 proc. Wszystkie branże przemysłu drzewnego były w 2007 r. rentowne, a ich wskaźniki zyskowności netto wynosiły od 4,2 do 10 proc. Tylko rentowność producentów mebli była niższa, wynosiła 3,6 proc. Rentowność tego przemysłu uzależniona jest od poziomu i efektywności eksportu, czyli od kursu euro i dolara.

Przewiduje się, że podobnie jak w całej gospodarce tempo wzrostu w branży drzewnej będzie słabsze aniżeli w roku ubiegłym. Wynika to z niepokoju na rynkach międzynarodowych oraz z rosnących cen ropy.

Niezależnie od powyższych niekorzystnych czynników makroekonomicznych elementem korzystnym dla przedsiębiorców powinny być instrumenty finansowe wspomagania wzrostu konkurencyjności przemysłu, ja-



ANDRZEJ PÓLROLNICZAK
prezes Stowarzyszenia
Producentów
Maszyn, Urządzeń
i Narzędzi
do Obróbki Drewna
Droma

kimi bez wątplenia są uruchamiane w tym roku fundusze UE. Powinno to sprzyjać utrzymaniu tempa wzrostu branży i pozwolić polskiemu przedsiębiorstwu produkcji maszyn, urządzeń i narzędzi do obróbki drewna na ich dalszy rozwój.

Czy polskie obrabiarki i narzędzia do obróbki drewna są konkurencyjne na rynku globalnym?

Polskie przedsiębiorstwa produkcji maszyn, urządzeń i narzędzi do obróbki drewna od kilkunastu lat skutecznie działają na rynku międzynarodowym, co potwierdza konkurencyjność oferowanych przez nich produktów. Udział polskich przedsiębiorstw w tak ważnych imprezach międzynarodowych, jakimi są targi LIGNA i DREMA, pozwala na stwierdzenie, że nasze obrabiarki i narzędzia do obróbki drewna w poszczególnych grupach produktów nie odbiegają poziomem od produktów firm konkurencyjnych. Oczywiście musimy mieć świadomość, że rynek obrabiarek i narzędzi do obróbki drewna jest rynkiem bardzo dynamicznym i wymaga stałego wprowadzania innowacji produktowych i technologicznych, aby można się było utrzymać na odpowiednim poziomie konkurencyjności.

Jakie są szanse na odbudowę kontaktów handlowych z klientami z krajów Europy Wschodniej?

Rynek wschodni charakteryzuje się ogromnym potencjałem rozwojowym, dlatego musi stać się dla naszych firm jednym z głównych kierunków handlu zagranicznego. Wiele polskich firm jest już obecnych na tym rynku, natomiast poziom sprzedaży z pewnością nie jest zadowalający w stosunku do oczekiwań. Aby tak się stało, muszą być podjęte wspólne działania branży, ponieważ wymowne znaczące zaistnienie na rynku wschodnim wymaga zaangażowania ogromnych nakładów marketingowych, których w chwili obecnej nasze firmy nie są w stanie ponieść indywidualnie.

W jakim stopniu targi DREMA ułatwiają działanie firm na rynku?

Targi DREMA są jedną z najważniejszych europejskich imprez wystawienniczych branży obrabiarek i narzędzi do obróbki drewna. Decyduje o tym nie tylko wielkość tych targów mierzona ilością wynajętej powierzchni, liczbą firm w nich uczestniczących czy zwiedzających, ale także wiele znaczących imprez towarzyszących, które skupiają uwagę każdego, kto jest związany z sektorem przemysłu drzewnego. Można powiedzieć, że organizacja tych targów i ich atmosfera doskonale sprzyjają prezentacji potencjału branży.

Z tych względów dla polskich przedsiębiorstw skupionych w Stowarzyszeniu Producentów Maszyn, Urządzeń i Narzędzi do Obróbki Drewna Droma targi DREMA są najważniejszą imprezą targową i najlepszą okazją do zaprezentowania swoich możliwości. Sprzyja temu inicjatywa realizowana od kilku lat na DREMIE, polegająca na tym, że nasza oferta produktowa pokazywana jest na wspólnej powierzchni wystawienniczej, co pozwala na kompleksową prezentację osiągnięć.



Nowa jakość na Ukrainie

Międzynarodowe Targi Maszyn dla Przemysłu Meblarskiego i Drzewnego DREMA UKRAINA & FURN'EQUIP 2009, które odbędą się w dniach 24-27 lutego w Kijowie na Ukrainie, są wspólną inicjatywą Międzynarodowych Targów Poznańskich i Kijowskich Międzynarodowych Targów Kontraktowych.

Marka targów DREMA w nazwie nowego wydarzenia nie jest przypadkowa. Bardzo dobry wydział targów DREMA a także potencjał wzrastającego rynku ukraińskiego są głównymi powodami powstania nowych targów.

Ukraiński rynek jest bardzo rozwojowy i obfitujący w wiele możliwości. Dlatego zdecydowaliśmy się na wspólne działania z naszymi długoletnimi partnerami z Ukrainy – mówi Miłosz Matelski, koordynator projektu ze strony MTP.

Na bazie wieloletnich doświadczeń w zakresie marketingu bezpośredniego, organizatorzy mają nadzieję wnieść nową jakość targów dla branży drzewnej i meblarskiej na rynku ukraińskim.

Międzynarodowe Targi Poznańskie i Kijowskie Międzynarodowe Targi Kontraktowe utworzyły wspólny zespół ds. organizacji targów DREMA UKRAINA & FURN'EQUIP, który udziela informacji, profesjonalnego wsparcia przed, w trakcie i po zakończeniu targów. Organizatorzy oferują usługi z zakresu wynajmu powierzchni wystawienniczej, wykonania zabudowy stoiska i zamówienia wyposażenia dodatkowego. Możliwa jest także pomoc przy rezerwacji miejsc hotelowych (również transport uczestników: lotnisko – hotel – lotnisko i hotel – tereny targowe – hotel) i biletów lotniczych.

■ W ciągu ostatnich pięciu lat potencjał rynku ukraińskiego zwiększył się trzykrotnie. Maszyną napędową wzrostu gospodarczego jest boom w budownictwie i rosnąca siła nabywca konsumentów (1,07 mld euro w 2007 roku, 1,35 mld euro w 2008 roku).

■ W 2007 roku zanotowano 29 procentowy wzrost sprzedaży mebli w stosunku do roku poprzedniego. Około 68 procent sprzedawanych na Ukrainie mebli wytwarzanych jest na rynku wewnętrznym, reszta stanowi import z krajów UE.

■ Na Ukrainie działa 970 – 1000 przedsiębiorstw związanych z produkcją meblową. Prawie 80 procent z nich to małe podmioty gospodarcze, generujące obroty ze sprzedaży na poziomie mniejszym niż 130 000 euro w skali roku. Prawie 80 procent krajowej produkcji mebli wytwarzana jest przez 160 -170 zakładów meblowych.

■ Przygotowania do Mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2012 roku, a zwłaszcza związana z nimi konieczność rozbudowy infrastruktury hotelowej, otwiera producentom mebli na Ukrainie dodatkowe możliwości rozwoju.

www.dremaukraina.mtp.pl

Weź udział w dyskusji



III FORUM GOSPODARCZE
POLSKIEGO PRZEMYSŁU
DRZEWNEGO I MEBLARSKIEGO
POLWOOD



Fot. Serwis prasowy MTP

Czy Polska jest potęgą drzewną? Czy możemy produkować i eksportować więcej? A może to już koniec drzewnej i meblarskiej hossy?

Problemy te nurtują przedsiębiorców drzewnych, ekspertów-analityków rynku, naukowców, ale i decydentów: polityków kształtujących przestrzeń ekonomiczną, w której poruszają się przedsiębiorstwa. Do tych wszystkich osób kierują zaproszenia organizatorzy Forum Gospodarczego Polskiego Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego Polwood: wydawnictwo Inwestor, Międzynarodowe Targi Poznańskie i firma doradcza PricewaterhouseCoopers.

Cały świat patrzy na polski przemysł drzewny i meblarski jako wielkiego gracza na globalnym rynku. Nie tylko duże zakłady, ale i małe rodzinne przedsiębiorstwa przyczyniają się do intensywnego rozwoju tej gałęzi gospodarki. Kilkuletnie członkostwo Polski w Unii Europejskiej i płynące z tego tytułu profity spowodowały nie tylko wyrównanie standardów w pro-

dukcji, ale również wyrównanie szans na wolnym rynku wspólnotowym.

Debata powstała z inicjatywy ludzi głęboko zainteresowanych promocją dobrych wzorów rozwiązań biznesowych oraz rozwojem branży drzewnej i meblarskiej w Polsce.

Całość przedsięwzięcia opiera się na badaniach przeprowadzonych przez wydawnictwo Inwestor przy ścisłej współpracy z firmą doradcą PricewaterhouseCoopers. Najważniejsze dane, pozwalające na podejmowanie decyzji co do kierunków rozwoju firm drzewnych i meblarskich w Polsce, są punktem wyjścia do dyskusji ekspertów, naukowców, przedsiębiorców. Analizie poddawane są wyniki badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorców wykorzystujących w produkcji, handlu i usługach drewno lub materiały drewnopochodne.

Nowoczesna formuła debaty swoim stylem prowadzenia ma w sposób zasadniczy odróżnić się od konferencji opartych na sztywnym układzie programowym z następującymi po sobie wystąpieniami prelegentów. Ideą debaty jest dyskusja kilkunastu najwyższej klasy ekspertów, prowadzona przez najlepszych dziennikarzy, z aktywnym udziałem audytorium.

Formuła ta pozwala na przedstawienie stanu gospodarki branż drzewnej i meblarskiej, na pokazanie szans i kierunków rozwoju przemysłu drzewnego i meblarskiego, a także zagrożeń, które mogą wstrzymać ten rozwój.

Forum Polwood 2009 zakończy wręczenie nagrody Polwood dla najlepszej inwestycji 2008 roku. Nagroda Polwood oznacza prestiżowe wyróżnienie lidera branży drzewno-meblarskiej. W 2008 roku otrzymał ją Ludwik Olczyk za inwestycje w Tartaku Olczyk.

Obecność na targach jest obowiązkowa

rozmowa z Markiem Adamowiczem, dyrektorem biura Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli

Jakie są szanse i zagrożenia dla polskiego przemysłu meblarskiego?

Polski przemysł meblowy stał się naszą strategiczną dziedziną gospodarki, ma długie i budzące szacunek tradycje, przyciąga dynamicznych, nowoczesnie myślących ludzi. Zwiększa się też wydajność pracy. Dzięki połączeniu tych czynników oraz stale rosnącej jakości, polskie meble zdobyły mocną pozycję na rynkach zagranicznych. Nie łatwo było ją uzyskać i bardzo trudno jest ją utrzymać w obecnej konkurencji tanich producentów, szczególnie azjatyckich. Z tego względu meblarstwo, jako ważny sektor gospodarki, powinno cieszyć się przyjaznym zainteresowaniem opinii publicznej i poparciem władz. Wzrost produkcji mebli leży bowiem w najlepiej pojętym interesie Polski. Dotychczasowe sukcesy mogą być powodem do dumy, ale trzeba uważnie śledzić, oceniać i analizować szanse oraz zagrożenia dla dalszego rozwoju. Szanse przemysłu meblarskiego tkwią w zwiększającym się krajowym popycie, rosnącej wydajności pracy, stosowaniu nowoczesnego wzornictwa i innowacyjnych technik wytwarzania oraz materiałów. Nie bez znaczenia jest rozwój współpracy producentów mebli, zakładów kooperujących, rosnące zrozumienie konieczności prezentowania wspólnej postawy i zabieganie o interesy tego sektora, a także silna promocja marek polskich mebli w kraju i za granicą. Są też zagrożenia, które

trzeba sobie uświadamiać i aktywnie im przeciwdziałać. Przede wszystkim jest to globalna konkurencja, szczególnie ze strony producentów z niskimi kosztami pracy i o korzystnej strukturze podatkowej, rosnące koszty kapitału przeznaczonego na innowacje i inwestycje, rosnące koszty pracy, duża koncentracja dostawców surowców oraz dystrybutorów mebli powodująca wysoki poziom cen materiałów produkcyjnych i usług.

Jakie znaczenie dla przedsiębiorstw przemysłu meblarskiego ma udział w targach FURNICA?

Dziś materiały i akcesoria używane do produkcji mebli decydują w dużym stopniu o ich ostatecznym wyglądzie i cenie. Dla meblarzy wzornictwo, które ma bardzo duży wpływ na wygląd mebla, oraz jego cena są kluczowymi zagadnieniami decydującymi między innymi o konkurencyjności wyrobu. Koszty materiałów do produkcji mebli odgrywają obecnie najważniejszą rolę w kształtowaniu ceny końcowego produktu. Porównując obecną strukturę kosztów produkcji mebli w Polsce i krajach

„starej piętnastki” UE wyraźnie widać różnicę w udziale poszczególnych kosztów: w przypadku Polski większy udział ma zużycie materiałów i energii w przypadku UE większy jest udział kosztów związanych z wynagrodzeniami i usługami obcymi. Wzrost wynagrodzeń w Polsce będzie prowadzić do wzrostu kosztów pracy, co spowoduje, że przestaną być one czynnikiem decydującym o konkurencyjności polskich mebli. Dlatego poziom kosztów materiałowych (które są relatywnie wyższe w Polsce w porównaniu z krajami „starej piętnastki” UE) odgrywa niezwykle ważną rolę w utrzymaniu konkurencyjności produkcji polskiego przemysłu meblarskiego w Europie i na świecie.

Z tych powodów obecność producentów mebli i Izby na targach FURNICA jest obowiązkowa. Konieczne jest śledzenie na bieżąco trendów, nowych rozwiązań, tańszych technologii. Utrzymanie wysokiej pozycji polskich mebli na światowych rynkach leży w interesie wystawców i odwiedzających targi FURNICA. Ważne jest wy-

pracowanie wspólnego stanowiska i przekonanie całej branży meblarskiej oraz branż kooperujących o jednym celu, jakim jest utrzymanie dynamiki rozwoju, pomimo negatywnych czynników zewnętrznych.

Nawiązywanie współpracy to kolejna ważna korzyść wynikająca z uczestnictwa w targach, ponieważ można tu otrzymać z pierwszej ręki informacje o branży meblarskiej oraz branży materiałów i akcesoriów meblowych, informacje o OIGPM, informacje o producentach mebli oraz materiałów i akcesoriów meblowych.

Na targach odbywają się spotkania dyskusyjne z dziennikarzami prasy branżowej i ogólnopolskiej, jest możliwość nawiązania kontaktu z redaktorami pism branżowych oraz ogólnopolskich tygodników i dzienników. Targi FURNICA są miejscem kompleksowej prezentacji nowinek technologicznych i materiałowych w produkcji meblarskiej. Jest to wyjątkowa okazja w Polsce do dokonania przeglądu dostępnych rozwiązań. To czas na spokojne nawiązywanie współpracy z dostawcami. ■

Polska jest dziesiątym producentem mebli na świecie. W 2007 roku wartość produkcji sprzedanej przemysłu meblarskiego wyniosła 27 miliardów złotych. W eksporcie Polska zajmuje czwarte miejsce na świecie – po Chinach, Włoszech i Niemczech. Swoją mocną pozycję na rynkach zagranicznych zawdzięcza atrakcyjnemu wzornictwu i wysokiej jakości wykonania. Polskie meble znalazły uznanie na świecie, można je zobaczyć w prestiżowych salonach i instytucjach, m.in. na Kremlu i w Papieskim Instytucie Polskim w Rzymie czy w litewskim parlamencie.

VIII MISTRZOSTWA POLSKI WE WBIJANIU GWOŹDZI

Siła czy precyzja?

Takie emocje można przeżyć tylko raz w roku – na targach DREMA i FURNICA w Poznaniu. Przyjeżdżają na nie najsilniejsi, ale i najbardziej precyzyjni, aby spróbować swoich sił w Mistrzostwach Polski we Wbijaniu Gwoździ. Te Mistrzostwa to wysiłek, ale i wielka satysfakcja, a także szansa na zdobycie prestiżowego tytułu Mistrza Polski we Wbijaniu Gwoździ oraz wartościowych nagród. Jak przystało na profesjonalną dyscyplinę sportu, również uczestnicy tego konkursu zmagają się w ramach dwóch lig: prenumeratorów i wystawców. W lidze wystawców może uczestniczyć każdy, kto jest wystawcą targów DREMA i FURNICA. W lidze prenumeratorów startują czytelnicy – prenumeratory „Gazety Przemysłu Drzewnego” i „Meblarstwa”. Swoich sił próbują pracownicy stolarni, zakładów pro-

dukcji palet, ale także uczniowie i studenci zwiedzający targi, zarówno mężczyźni, jak i kobiety. Ważne, by uczestnicy mieli ukończone 18 lat. Mistrzostwa Polski we Wbijaniu Gwoździ to przede wszystkim czas dobrej zabawy, choć dla niektórych zadanie polegające na wbiciu pięciu gwoździ w kantówkę pięcioma uderzeniami młotka to wielkie wyzwanie, a wygrana to główny cel, do którego przygotowują się przez cały rok. Warto spróbować, ponieważ każdego dnia konkursu wyłaniany jest finalista, który otrzymuje w nagrodę elektronarzędzie. Finaliści poszczególnych dni spotkają się w wielkim finale. Komu uda się pokonać emocje i najszybciej wbić pięć gwoździ pięcioma uderzeniami, otrzyma cenną nagrodę – tytuł mistrza, który może używać przez cały rok, aż do kolejnej edycji konkursu. Otrzy-



Fot. Serwis prasowy MTP

ma też bon o wartości pięciu tysięcy złotych, za który może nabyć wybrane przez siebie elektronarzędzia z oferty firmy Metabo.

W 2008 roku o zakwalifikowanie się do finału walczyło kilkadziesiąt osób dziennie. Przez cztery dni targów zużyto łącznie 100 kilogramów gwoździ. **Już dziś zacznij ćwiczyć i zostań mistrzem!**

WYCZAROWANE Z DREWNA

Kreatywność w cenie

Już od początku roku szkolnego młodzi artyści ze szkół średnich o profilu drzewnym i leśnym przygotowują się do udziału w konkursie „Wyczarowane z drewna”, organizowanym przez wydawnictwo Inwestor i Międzynarodowe Targi Poznańskie. Artyści – ponieważ prace uczniów to często małe dzieła sztuki.

Najważniejszy, ale i najtrudniejszy jest sam pomysł. W 2009 roku konkurs odbędzie się po raz szósty i coraz trudniej wymyślić oryginalną pracę. Tym większa chwała osobom, które się tego zadania podejmują: uczniom i nauczycielom. Ci, którzy wykażą się największą pomysłowością i oryginalnością projektu, jak również techniką wykonania, otrzymają cenne nagrody. Doceniana jest kreatywność i innowacyjne podejście do technologii drzewnych.

Konkurs ma również charakter edukacyjny: uczy samodzielności, rozwija zdolności twórcze, umiejętności przeprowadzenia procesu produkcyjnego – od koncepcji poprzez projekt, dobranie dostępnych technologii, po promocję produktu.

Cenne nagrody rzeczowe przewidziane regulaminem – elektronarzędzie firmy Metabo dla laureata i czek w wysokości 5 000 złotych dla szkoły, którą uczeń reprezentuje, na wyposażenie warsztatu szkolnego w elektronarzędzia firmy Metabo, są zachętą do rozwijania umiejętności zawodowych i poznawania nowych technologii. Na targach można obejrzeć ekspozycje nadesłanych prac, tu też odbędzie się wręczenie nagród.



Fot. Serwis prasowy MTP



BOGDAN CZEMKO

dyrektor biura Polskiej Izby Gospodarczej Przemysłu Drzewnego

Optymistycznie i sceptycznie

Jak ocenia Pan pozycję polskich zakładów i przedsiębiorstw zajmujących się produkcją i przerobem tarcicy na rynku Unii Europejskiej?

Brak rzetelnych danych statystycznych utrudnia ocenę rzeczywistego poziomu produkcji tarcicy w Polsce, ale na pewno jest on znaczący w skali Europy. Moim zdaniem jest to 5–6 miejsce. Gorzej jest ze stanem techniki. Dopiero niedawno zaczęła się znacząca fala modernizacji, która pozwoliła na budowę kilku pierwszych rzeczywiście nowoczesnych i dużych tartaków i na głęboką przebudowę wielu mniejszych jednostek. Te ostatnie dominują w Polsce (typowy produkcyjny i rozwojowy tartak przeciera od 10 do 25 tys. m³ drewna okrągłego rocznie) i to jest nasza specyfika. Niestety fala inwestycji w tartaki – sądzę, że czasowo – zatrzymała się. To, co nas jeszcze ratuje, to kolejna cecha charakterystyczna polskich zakładów tartacznych – niewiele z nich poprzestaje na produkcji samej tarcicy. Większość dalej ją przetwarza, produkując podłogi, więzby dachowe, architekturę ogrodową, palety itd. Pomaga to przetwarzać, nawet gdy produkcja samej tarcicy się nie opłaca, tak jak to jest dziś, przy zbyt drogim surowcu z Lasów Państwowych i silnej złotówce.

Co powinniśmy robić, aby być liczącym się partnerem na rynku globalnym? Co może dać nam przewagę?

Brak długookresowej stabilności warunków zakupu drewna, eskalacja jego cen, brak elastyczności Lasów Państwowych w sytuacjach kryzysowych, nierówne traktowanie przez nich swoich odbiorców, najprawdopodobniej również niewykorzystywanie

istniejących możliwości produkcyjnych naszych lasów – to tylko niektóre negatywne czynniki. Jeśli te przeszkody znikną, pojawią się dostępne kredyty, ruszy fala inwestycji – do polskich tartaków szerokim frontem dotrą nowoczesne rozwiązania. I wówczas uzyskamy naprawdę bardzo mocną pozycję w Europie i na świecie.

Jaką rolę w tym względzie odgrywają targi DREMA i FURNICA?

Oczywista – to ważny kanał, którym dociera do nas nowoczesność. Tam można ocenić, bez podróży po całej Europie, jakie są najnowsze rozwiązania, oszacować koszty i spodziewane efekty, nawiązać kontakty. Nic dziwnego, że te targi odwiedza cały polski świat drzewny, co daje jeszcze jeden efekt – możliwość nawiązania lub podtrzymania wzajemnych kontaktów. I to jest powód, dla którego od lat jesteśmy jako Izba obecni na targach DREMA i dla którego stworzyliśmy, wspólnie z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, Wyspę Stowarzyszeń, czyli grupę połączonych stoisk organizacji podobnych do naszej.

W jakim stopniu Pana zdaniem targowe spotkania, debaty, konferencje mają wpływ na kreację kierunków rozwoju zakładów produkcyjnych?

Wspomagają ten efekt, o którym mówiłem wcześniej, czyli pomagają zdobyć wiedzę o nowościach i możliwościach wszelkiego rodzaju – technicznych, technologicznych czy organizacyjnych. Poza tym dają możliwość wysłuchania opinii i zadania pytań ekspertom. To kształtuje wiedzę, która jest podstawą wyboru kierunków rozwoju.

OBCHODY JUBILEUSZOWEJ
25 EDYCJI TARGÓW DREMA



Z DREMĄ na regaty

wa. W zawodach wystartowało 17 załóg na łodziach typu Omega.

W biegu o puchar prezesa Międzynarodowych Targów Poznańskich pierwsze miejsce zajęła załoga z firmy Gopol z Jarocina, drugie – Instalexport SA, natomiast trzecie – Gasstech. Laureaci ścisłej czołówki otrzymali stylowe statuetki i drobne upominki od Wydawnictwa Inwestor, patrona medialnego imprezy. Z kolei w drugim dniu regat walczyło o trofeum prezesa

Wielkopolskiego Okręgowego Związku Żeglarskiego. Najlepsza okazała się załoga z firmy Instalexport SA.

Wszyscy uczestnicy Regat otrzymali dyplomy okolicznościowe. Regaty zostały zorganizowane z okazji obchodów 25. edycji Międzynarodowych Targów Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego DREMA, która odbędzie się w dniach od 31 marca do 3 kwietnia 2009 roku w Poznaniu. ■



Fot. Serwis prasowy MTP

Sportowe emocje związane z I Regatami Branży Drzewnej i Meblarskiej już za nami. Dwodniowe zawody przyciągnęły w dniach 14–15 czerwca do Wioski Turystycznej Wilkasy koło Giżycka miłośników żagli z branży drzewnej i meblarskiej. Było wiele emocji, ale i dobra zabawa.

O rynku i targach...

Rynek i targi są ze sobą ściśle powiązane. Z jednej strony targi są odzwierciedleniem tego, co dzieje się na rynku, z drugiej strony rozwój rynku stymulują właśnie targi. O tych wzajemnie przenikających się relacjach postanowiliśmy porozmawiać z uczestnikami targów DREMA i FURNICA, zadając im różnorodne pytania:

● Jakie znaczenie dla marketingu ma udział w targach? W jakim stopniu pozwala na poznanie potrzeb rynku i kreację rozwoju firm? Jakie znaczenie ma prezentacja nowości i udział w specjalnych wydarzeniach? Czy targi są miejscem kreowania marek, czy konkretnych rozmów biznesowych?

Jakie są prognozy dotyczące rynku odbiorców? Czy fundusze unijne stwarzają dodatkową szansę rozwoju branży? Co robić, aby być na rynku?



Fot. Serwis prasowy MTP



Andrzej Golecki, Kleiberit

● Targi DREMA i FURNICA to nie tylko impreza stricte handlowa. Dzięki niekonwencjonalnej oprawie stanowi ona niejako święto „drzewiarstwa” w Polsce. Dla mnie osobiście udział w corocznym spotkaniu firm i związanych z nimi ludźmi jest zaszczytem. Następuje tu nie tylko fachowa wymiana doświadczeń (indywidualne i grupowe sympozja dotyczące konkretnych zagadnień technologicznych), prezentacja nowości – często światowe premiery, ale rodzą się też nowe projekty, które już po targach zostają wspólnie realizowane. Targi DREMA i FURNICA cieszą się dużym zainteresowaniem, jak również wsparciem świata naukowego. Na każdej edycji obecni są przedstawiciele nauki, jak też ich studenci i uczniowie. To również napawa optymizmem, że duch „kornika” w narodzie nie ginie, a my, prezentując nasze firmowe osiągnięcia na targach, inwestujemy w przyszłość.

Naturalnie targi to maraton, a maraton wymaga żelaznej kondycji, zdyscyplinowania i pełnej mobilizacji. Pomaga w tym jednak perfekcyjna obsługa, daleko idąca pomoc oraz współpraca ze strony organizatorów. Obok wymiernych efektów ekonomicznych, które można osiągnąć prezentując swoją firmę na najważniejszym „mitingu” drzewiarzy pozostaje jeszcze aspekt psychologiczny. Dotyczy on obydwu stron: odwiedzającego i wystawcy. Jeśli udało się zadowolić obie z nich, to można mówić o sukcesie.

Nad tym aby tak było, pracujemy my, jako wystawcy i organizator – bazując na młodym ambitnym i bardzo kreatywnym zespole ludzi. Efektem tych działań

jest wewnętrzna rozterka bywalców targów, że tak szybko się skończyły i radość oczekiwania na następną edycję.

Na dobrą koniunkturę rynku związanego z obróbką drewna wpływają między innymi kurs euro w stosunku do polskiego złotego, cena ropy (transport i chemia do drewna), ceny surowca w Polsce i na świecie, siła nabywczą obywateli RP i innych krajów, do których sprzedają polscy producenci. Chłonność polskiego rynku na produkty made in Europa zależy także od stopnia nasilenia inwazji produktów z Chin, Korei, Indii, i Turcji. Ponadto, jeśli spełni się groźba kryzysu amerykańskiego, to zostaniemy wszyscy dotknięci przez okres bliżej nieokreślony „czkawka”, która może zniszczyć średniej wielkości przedsiębiorców. Potencjał, którym dysponuje Polska jest jednak trudny do opisanie, tym bardziej że na rozwój biznesu w Polsce duży wpływ mają środki unijne.

Chłonność rynku to nie tylko sprawy materialne, ale też przyswajanie i adaptowanie nowości w produkcji. W tym rozumieniu Polska ma tę przewagę, że mieszka w niej bardzo zdolny naród, który potrafi w mgnieniu oka ocenić innowacyjność zagadnień i dalej je rozwijać. Pracowitość i wszechstronność Polaków jest ceniona przez tych, którzy potrafili im zaufać. Inwestujemy w najnowsze technologie, zdobywamy coraz to nowe rynki, kooperujemy z całym światem. To, co osiągnęliśmy w ciągu ostatnich 20 lat, napawa dumą i optymizmem. Oby tak dalej.



Krzysztof Bogdanowicz,
Impress Decor Polska Sp. z o.o.

● FURNICA jest dobrym miejscem do promowania marki i inicjowania nowych pomysłów biznesowych. Przede wszystkim dlatego, że w ciągu krótkiego czasu można pokazać swoje nowości dużej liczbie firm z branży meblowej i wyposażenia wnętrz. Po czterech dniach targów wiedza na temat reakcji rynku na nowe pomysły jest bardzo bogata i pozwala skrócić czasochłonny etap ich testowania. Nasza oferta – papiery dekoracyjne – wpisuje się idealnie w formułę targów FURNICA, nie czujemy się jak wystawca dodatkowy czy luźno powiązany z profilem targów. Mamy wrażenie, jakby FURNICA została wymyślona specjalnie dla nas.

Potencjał rynkowy naszych odbiorców jest imponujący. Fabryki płyt wiórowych, producenci mebli działają na bardzo konkurencyjnym rynku, ale doskonale dają sobie radę z wahaniami ekonomicznymi i zmianami gustów klientów. Funkcjonujemy więc w branży stale się rozwijającej i unowocześnianej przez inwestycje techniczne i kapitałowe.



Bożena Bizoń, Felder Group Polska Sp. z o.o.

● Firma Felder Group Polska na swoje oficjalne wejście na polski rynek stolarski w 2000 roku świadomie wybrała targi DREMA, co mówi samo za siebie. Bezspornie targi te są najważniejszą imprezą tego typu w Polsce oraz barometrem stanu branży

drzewnej, dlatego co roku jesteśmy na nich obecni. Wraz z rozwojem firmy systematycznie zwiększamy powierzchnię naszego stoiska. Do każdej edycji targów przygotowujemy się bardzo starannie, na wiele miesięcy wcześniej i staramy się, by wszystko było zapięte na „ostatni guzik”. Wiemy, że targi te zna prawie każdy stolarz w Polsce, co sprawia, że odwiedzane są przez tak wielu z nich. Wiedzą, że będą tu mieli jedyną w swoim rodzaju okazję, by zobaczyć obrabiarki na żywo, co przy podejmowaniu decyzji o zakupie odgrywa bardzo istotną, a niejednokrotnie decydującą rolę. Dopiero po obejrzeniu technicznych rozwiązań detali maszyny, które często mają ogromny wpływ na precyzję obróbki czy komfort obsługi, klient decyduje się na zakup właśnie naszego urządzenia. Z tych też względów przywiązujemy olbrzymią wagę do tego, by pokazywać na targach DREMA pełną gamę naszych obrabiarek, w tym również nowości. Możemy je zaprezentować konkretnemu klientowi, przekonać go o ich walorach i poznać opinie na ich temat. Pokazanie nowości na targach DREMA jest dla nas zawsze koniecznością, w pozytywnym znaczeniu tego słowa.

Nasza firma od ponad 8 lat systematycznie się rozwija. Początkowo było to przedsiębiorstwo jednoosobowe, dziś zatrudniamy kilkudziesięciu pracowników. Siłą napędową tego dynamicznego rozwoju była przyjęta od samego początku filozofia polegająca na oferowaniu klientom doskonałych obrabiarek, kompetentnego doradztwa, fachowego serwisu oraz jak najlepszej obsługi organizacyjnej i logistycznej. W tej filozofii także tkwią perspektywy rozwoju naszej firmy. Również w przyszłości chcemy oferować warsztatom stolarskim obrabiarki najwyższej jakości – made in Austria, z nowoczesnymi rozwiązaniami technicznymi i bogatym asortymentem opcji, aby każdy stolarz mógł indywidualnie dopasować nasz produkt do swoich specyficznych potrzeb. Pragniemy również zintensyfikować sprzedaż obrabiarek do drewna CNC, które bez wątpienia należą do obrabiarek przyszłości, również w stolarstwie. Będziemy dokształcać naszych sprzedawców oraz techników serwisu i powiększać bazę serwisową, co pozwoli do minimum skrócić czas uruchomienia nowej obrabiarki oraz szybciej reagować w przypadkach wymagających naprawy serwisowej bądź konserwacji. W planach mamy rozbudowę sieci salonów sprzedaży dysponujących bazami serwisowymi, gdyż chcemy zmniejszyć odległość dzielącą nas od klientów. Rozwój polega na tym, by nie stać w miejscu, ale ciągle coś zmieniać i ulepszać.

....O rynku i targach...O rynku i targach...O rynku i targach...O rynku i targach... O rynku i targach...O rynku i targach...O rynku i targach...O rynku i targach...



Teresa Hauser, SCM Group Polska Sp. z o.o.

Targi DREMA są jedną z najważniejszych imprez w ciągu roku. Są okazją do zaprezentowania nowości rynkowych, co przy sprzedaży coraz bardziej zaawansowanych technologicznie maszyn jest bardzo istotne.

Technika, technologia i oprogramowanie rozwijają się tak szybko, że nowych rozwiązań jest coraz więcej. Organizowana podczas targów DREMA Fabryka Mebli na Żywo stwarza idealne możliwości zaprezentowania maszyn przemysłowych. Klienci mogą zobaczyć na żywo maszyny pracujące w trybie produkcyjnym, co na zwykłym stoisku byłoby trudne do zrealizowania. Tego rodzaju przedsięwzięcie stwarza idealne warunki do przedstawienia aktualnych trendów zarówno we wzornictwie, jak również w zastosowaniu maszyn i urządzeń do uzyskania wyrobów odpowiadających aktualnie obowiązującej modzie oraz efektywności produkcji. Klient zwiedzając Fabrykę ma również możliwość porównania pracy różnych maszyn i różnych rozwiązań.

Udział w Fabryce jest dla nas projektem długoterminowym i zakładamy, że przyciąga on nie tylko działających już aktywnie producentów mebli, lecz również stanowi skarbnicę wiedzy dla osób kształcących się w zawodzie stolarskim oraz tych, którzy planują rozpoczęcie działalności w tym sektorze. Kooperanci, firmy montażowe, hurtownie mają niepowtarzalną szansę obejrzenia pełnego procesu produkcyjnego. Wielu z nich decyduje się na własną produkcję, dzięki przedsięwzięciom takim, jak Fabryka Mebli na Żywo, gdyż mogą tu poznać stosowane technologie i sposoby produkcji, a także skalkulować wydatki związane z rozpoczęciem produkcji.

Dla SCM Group Polska lata 2007 i 2008 to lata niezwykle udane. Branża drzewna i meblarska rozwija się bardzo szybko, a duży odpływ pracowników za granicę powoduje zwiększone zapotrzebowanie na profesjonalne maszyny do obróbki drewna. Coraz większa produkcja, ale również coraz wyższe wymagania klientów co do jakości powodują, że ogromna liczba zakładów stolarskich postawiona zostaje przed koniecznością zakupu maszyn, które, po pierwsze, przyspieszą proces produkcji, po drugie, poprawią jakość oferowanych produktów. Ta sytuacja wpłynęła na znaczny wzrost sprzedaży, jeśli chodzi o średniej wielkości maszyny do obróbki drewna, tj. o maszyny standardowe. Podobną sytuację, i związany z nią spory wzrost sprzedaży, można zaobserwować w fabrykach mebli i przemysłowych zakładach produkcyjnych. Tutaj potrzeba automatyzacji zaowocowała zapytaniami o maszyny przemysłowe lub wręcz linie technologiczne. SCM zanotowała niebywały wzrost sprzedaży maszyn do tych zakładów. W porównaniu z poprzednimi latami, kiedy podobne zapytania zdarzały się rzadziej, w latach 2007 i 2008 są one praktycznie na porządku dziennym.

Lata 2007 i 2008 przyniosły również wzrost zainteresowania w zakresie obróbki drewna litego, produkcji okien, drzwi i schodów. Podobne trendy można zaobserwować na targach branżowych, gdzie w poprzednich latach klienci częściej oglądali i analizowali ofertę firm. Obecnie zarówno na targach DREMA w Poznaniu, jak i na DREMASILESIA w Katowicach, a także na targach regionalnych, klienci szukają określonych rozwiązań, podejmując konkretne targowe decyzje o zakupach. Dodatkowym impulsem do zakupów są dotacje unijne. Poprzednią pulę, z lat 2005/2006, wykorzystano wielu klientów, jednak spora część wniosków została odrzucona ze względów formalnych. Nowe programy będą lepiej wykorzystane dzięki doświadczeniu, którym dysponują klienci, dlatego też dotacje będą grały dużą rolę w ich decyzjach zakupowych. Obecnie bardzo wielu naszych odbiorców jest na etapie składania wniosków, zapytania wpływają przez cały czas. Choć zdobycie funduszy wiąże się z przejściem wielu procedur i jest szalenie zbiurokratyzowane, wielu właścicieli zakładów nie poddaje się, co na pewno przyniesie bardzo dobry efekt, jeśli chodzi o rynek maszyn i urządzeń dla przemysłu drzewnego.



Fot. Serwis prasowy MTP



Mieczysław Malinowski, Häfele Polska Sp. z o.o.

Uczestnictwo w targach przestało mieć na celu wyłącznie nawiązywanie nowych kontaktów handlowych czy prezentację nowych produktów. Coraz częściej prezentacja produktów nie ogranicza się do ich prostej ekspozycji, lecz wskazuje na możliwe rozwiązania i kontekst ich zastosowania. Staje się pretekstem do doskonalenia wizerunku firmy i platformą komunikacji z odbiorcą. Powszechne staje się odwołanie do emocji. Również forma samego stoiska stwarza możliwość silnej wizualnie prezentacji misji firmy. Ponieważ targi w jednym miejscu i czasie skupiają wszystkie podmioty rynku, są one szczególną i wyjątkową okazją do rozpoznania specyficznych potrzeb odbiorców. Dają jednocześnie możliwość podjęcia wielu działań marketingowych w ramach przyjętej strategii firmy.

Häfele, jako firma innowacyjna, zapewniająca specjalistyczny serwis w skali globalnej, przywiązuje dużą wagę do możliwości realizacji strategii marketingowych w ramach targów branżowych. Prezentacje firmy spotykają się z pozytywną reakcją. Potwierdzeniem tego jest chociażby przyznanie firmie nagrody Acanthus Aureus na targach FURNICA 2008.

Oferta firmy Häfele w około 80% jest kierowana do odbiorców sektora meblowego. Wydaje się, że perspektywa wzrostu branży meblarskiej jest nadal realna. Optymistycznie wygląda porównanie wyników produkcji przemysłowej w I półroczu 2008 roku w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Także inne czynniki potwierdzają, że branża meblarska jest nadal mocna.

Nie należy jednak zapominać o silnej konkurencji i dużym powiązaniu branży z rynkami zewnętrznymi. Utrzymująca się długoterminowo niekorzystna relacja złotego do euro ma bardzo znaczący negatywny wpływ na rentowność kontraktów eksportowych. Biorąc jednocześnie pod uwagę prognozowany wzrost cen materiałów do produkcji oraz surowców energetycznych, należy oczekiwać, że branżę czeka wiele wyzwań. Presja inflacyjna odnosi się do całej gospodarki i trudno dzisiaj prognozować, jak wpłynie to na kondycję przemysłu meblarskiego. Obserwując niestabilność na rynkach finansowych musimy być świadomi, że nasza branża jest zależna od sytuacji globalnej.

Paweł Dawidowicz, Metabo Polska Sp. z o.o.



Metabo uczestniczy w targach DREMA od piętnastu lat. Dla nas targi DREMA i FURNICA to przede wszystkim świetna okazja do spotkań z obecnymi i potencjalnymi użytkownikami naszych maszyn i urządzeń. Podczas tych kilku dni każdy, kto odwiedzi stoisko Metabo, ma możliwość przetestowania wszystkich maszyn do obróbki drewna, w tym także nowości i uzyskania odpowiedzi na najbardziej szczegółowe pytania ich dotyczące. Odwiedzające nas osoby to głównie profesjonalści, więc z naszej strony „marketing” koncentruje się przede wszystkim na dyskusjach i wyjaśnianiu szczegółów dotyczących nowych funkcji czy zastosowania maszyn np. w nietypowych warunkach. Jestem pewien, że udzielanie fachowej i pełnej odpowiedzi jest najlepszą metodą na wzmacnianie naszej, już bardzo silnej, pozycji w tym sektorze. Dodatkowo, właśnie z okazji targów, wszyscy klienci dokonujący zakupu maszyn i osprzętu do obróbki drewna otrzymali specjalny rabat.

Ostatnie 3-4 lata były dla nas znakomite pod względem corocznego wzrostu sprzedaży. Wpłynął na to przede wszystkim boom budowlany, ale także unijne dotacje dla mikro i małych przedsiębiorstw. Obecnie, jak pokazują wskaźniki makroekonomiczne, ta sytuacja ulega zmianie zarówno w gospodarce, jak i w sektorze meblarskim. Zbliżające się osłabienie koniunktury w branży meblarskiej spowodowane jest głównie zbyt silną złotówką, rosnącymi kosztami pracy oraz ograniczoną popytą i co z tym się wiąże – rosnącą ceną drewna. Według naszych szacunków zarówno w tym, jak i w przyszłym roku sytuacja ustabilizuje się, co oznacza, że nadal będziemy obserwowali wzrost popytu na tego typu maszyny, jednak w tempie kilku punktów procentowych rocznie.



Przemysław Zawieja, Nomet Sp. z o.o.

Istotą sukcesu na rynkach międzynarodowych, jak również na rynku krajowym, jest możliwie najbliższy kontakt z klientem. Z natury rzeczy (choćby ze względu na odległość i notoryczny brak czasu) kontakt ten bywa jednak w pewnym stopniu ograniczony. Można by, co prawda, powiedzieć, że w dobie nowoczesnych mediów ograniczenia te nie są aż tak dokuczliwe, należy jednak pamiętać, że dla wielu ludzi nic nie jest w stanie zastąpić bezpośredniej, żywej relacji. Uczestnictwo w targach DREMA i FURNICA doskonale służy takim osobistym spotkaniom, dając

możliwość odbycia wielu spotkań w bardzo krótkim czasie.

Nie należy jednak zapominać, że – aczkolwiek bardzo ważne – osobiste kontakty są tylko jedną z wielu form wyrażania naszej dbałości o klientów. Nawet najlepsze relacje na nic się zdadzą, jeśli nie będziemy w stanie zaoferować szeroko pojętego „serwisu” oraz nowych atrakcyjnych produktów. To właśnie na targach mamy możliwość zaprezentowania efektów często wielomiesięcznej pracy naszych designerów i konstruktorów oraz zebrania pierwszych opinii. Udział w targach jest tym bardziej istotny, że w stosunkowo krótkim czasie przez nasze stoisko przewijają się całe rzesze klientów, zarówno tych dobrze już znanych, jak i tych potencjalnych.

Dlatego też FURNICA od wielu już lat jest naszym stałym punktem w kalendarzu imprez i stanowi pewną pozycję w budżecie promocyjnym Nometu.

Jeśli chce się być obecnym na rynku bardzo ważne jest skracanie dystansu pomiędzy dostawcą a jego klientem. To jeden z niezbędnych warunków wysokiej pozycji na rynkach międzynarodowych. Nie mniej istotna jest nieustanna dbałość o nowe wzornictwo i nadążanie za współczesnymi trendami. Powiem więcej – samo śledzenie tendencji rynkowych i nawet najszybsze podążanie za nimi może być w permanentnie zmieniającym się świecie niewystarczające – obecnie liczą się tylko ci, którzy sami są w stanie kreować trendy, być tymi, których (niestety, w naszej branży to nieuniknione) inni kopiuje.

Dlatego tak ważna jest współpraca z czołowymi designerami, architektami czy konstruktorami – pozwala to być liderem na rynku i przyciągać kontrahentów. Chciałbym jednak podkreślić, że samo prezentowanie coraz to nowych wyrobów nie jest gwarancją międzynarodowego sukcesu. Krótkie terminy ich wdrażania, wprowadzanie do seryjnej produkcji są niezbędnymi warunkami powodzenia na rynku. Coraz bardziej znaczący, szczególnie w obliczu ekspansji dalekowschodnich dostawców, staje się niezawodny serwis: pewne i regularne dostawy, możliwie krótkie terminy realizacji, niezwłoczne reagowanie na wszelkie niedociągnięcia, elastyczność wobec klienta. Prawdę mówiąc, trudno wskazać jeden najważniejszy czynnik gwarantujący sukces – tylko łączne oraz poważne traktowanie wielu z nich jest podstawą, na której można budować solidną międzynarodową pozycję.

Dream Team - w drodze po mistrzostwo



Miłosz Matelski
dyrektor targów

Zainteresowania: muzyka, motoryzacja, podróże

Podczas tegorocznych targów FURNICA, Zuzanna Skalska – trendwatcher agencji VanBerlo Strategy+Design, powiedziała: „aby dostrzec inspiracje, należy wybrać się w długą podróż daleko poza horyzont swojej wyobraźni (...)” I tak też jest w naszej pracy, gdzie zapał i kreatywność musi wciąż wykraczać poza utarte schematy. Bo nic nie jest tak ważne we wspólnej pracy jak to, aby tę pracę czynić z dnia na dzień bardziej i jeszcze bardziej interesującą.

W tym roku targi DREMA i FURNICA mają silną reprezentację w pierwszej lidze produktów Międzynarodowych Targów Poznańskich. Jak mówi dyrektor Miłosz Matelski, powiększony skład drużyny marzeń ma jeden cel: zapewnić zwycięstwo wystawcom. Słowa dyrektora elektryzują powietrze w biurowych pomieszczeniach. Nie każdy jest przecież w stanie podolać morderczemu treningowi, więc i udział w mistrzowskim projekcie, jakim jest organizacja przyszłorocznej edycji targów DREMA i FURNICA też jest nie dla każdego.

W zespole zaszły zmiany będące następstwem transferów do innych drużyn (Ewa Kozłowska, Jolanta Dudziewicz Radzka, Michał Różański), przed którymi stoją równie odpowiedzialne zadania. Pojawili się także nowi zawodnicy, którzy wzmocnią skład i zwiększą szansę na awans w „mistrzostwach”. Hanna Ochnik-Pawłowska – świeżo nominowany kapitan – poprowadzi pod okiem dyrektora drużynę do sukcesu. Łukasz Ło-

chocki jest prawdziwym tytanem pracy w środku boiska, cały zespół pokłada w nim nadzieję.

- To wielkie wyzwanie móc pracować z takimi profesjonalistami – mówi. Dzielnie będzie wspierać Lucynę Żyburę – cennego zawodnika na prawej flance.

Natalia Kulińska i Anna Banaszak stanowią zgrany duet, bez którego trudno wyobrazić sobie realizację szerokiej kampanii reklamowej w kraju i zagranicą. Nie można zapomnieć o Monice Wietrzyńskiej, która wzbogaci stałe fragmenty gry będące domeną Jacka Obarskiego. Razem zadbają o wizerunek targów.

Chociaż do finału zostało jeszcze kilka miesięcy, w zespole już czuje się atmosferę wytężonej pracy. Tu nie ma miejsca dla maruderów, a ciężka praca zostanie nagrodzona – zapewnia nas Miłosz Matelski i jednocześnie zaprasza do udziału w targach DREMA i FURNICA, które rozpoczną się już 31 marca 2009 roku w Poznaniu. DREMA, FURNICA gola! ■

Hanna Ochnik-Pawłowska,
z-ca dyrektora targów,
opiekun wystawców

Zainteresowania: hyżworolki, kino, literatura



Gdy myślę o mojej pracy to niezmiennie cieszy mnie fakt, że robię to, co lubię. Widzę nowe wyzwania i ciągły rozwój, czuję radość, że mogę pracować z tak wspaniałym zespołem. W pracy najbardziej cenię ludzi i współpracę z nimi. Lubię, kiedy dzięki wspólnej energii i zaangażowaniu możemy sprostać oczekiwaniom wystawców, a w ich oczach dostrzegam satysfakcję. Wszystkie wspomniane czynniki składają się na to, że moja praca daje mi wiele radości. Nie wiem, czy istnieje konkretna recepta na sukces, ale sądzę, że na jego osiągnięcie składa się wytyczenie realnych celów i wiara w ich osiągnięcie, wytrwałość, pozytywne nastawienie oraz najważniejsza w tej pracy myśl – pamiętaj o innych, zanim pomyślisz o sobie. Prawdziwy sukces zależy od jakości i dbania o szczegóły, gdyż z nich składa się całość.



Anna Banaszak
opiekun zwiedzających

Zainteresowania: kino współczesne, literatura rosyjska, podróże

Lubię w mojej pracy kontakt z ludźmi, fascynuje mnie proces przekładania potrzeb zgłaszanych przez zwiedzających na konkretne działania, które procentują zwiększeniem liczby gości i stopniem ich zadowolenia. Najważniejszym warunkiem sukcesu jest jasno określony cel – zaprosić do udziału w targach profesjonalistów, zapewnić im komfortowe warunki zwiedzania i jak najlepszą obsługę. Pomagają determinacja i zapał, poczucie, że działamy dla dobra projektu całym zespołem. Satysfakcję daje zadowolenie zwiedzających, ich głosy, które zapewniają: warto było pojawić się na targach DREMA i FURNICA! To najlepsza nagroda za miesiące ciężkiej pracy przy organizacji tych wydarzeń.



Lucyna Żybuła
opiekun wystawców

Zainteresowania: kino, muzyka, literatura, cywilizacje Dalekiego Wschodu

W mojej pracy fascynuje mnie możliwość poznania różnych ludzi z przeróżnych branż. Nie ma w niej jednostajności, rutyny. Każdy nowy projekt stawia przed nami kolejne wyzwania, dzięki którym mamy możliwość sprawdzenia się. Wydaje mi się, że ważnymi cechami są systematyczność oraz prężność, ale bez znajomości potrzeb branży niewiele uda nam się osiągnąć. Poznanie branży jest podstawą, by wczuć się w potrzeby wystawców. Dopiero wtedy osiągnąmy największą satysfakcję, gdy potrafimy sprostać oczekiwaniom naszych partnerów biorących udział w targach.



Łukasz Łochocki
opiekun wystawców

Zainteresowania: sport, literatura

W mojej pracy fascynuje mnie innowacyjność branży, która z roku na rok coraz szybciej się rozwija i stawia przed nami coraz to nowe wyzwania. DREMA i FURNICA, przeżywają swój rozkwit i praca przy nich stawia mi coraz to nowe wyzwania. Mam nadzieję, że kolejna edycja będzie jeszcze lepsza od poprzedniej. Cierpliwość oraz dążenie do wcześniej założonych celów to moim zdaniem kluczowe elementy sukcesu. Czynniki sprzyjającymi są tutaj współuczestniczenie w tworzeniu jednych z najlepszych projektów, jakim są DREMA i FURNICA, oraz współpraca z profesjonalistami, od których mogę się bardzo wiele nauczyć. Największą przyjemność jednak daje mi kontakt z zadowolonymi klientami, którzy doceniają naszą pracę.



Natalia Kulińska
opiekun zwiedzających

Zainteresowania: Bałkany, literatura, muzyka, stosunki międzynarodowe

Zwiedzający jest królem! W moim przekonaniu to właśnie liczba i rodzaj gości targowych warunkuje powodzenie danych targów. Naszym priorytetem jest zapewnienie wystawcom właściwej publiczności – profesjonalnie zainteresowanej targami. Chcemy, by nasz zwiedzający czuł się klientem najbardziej wartościowym, jedynym, obsługiwanym w wyjątkowy sposób. Staramy się stworzyć miejsce i atmosferę jak najbardziej sprzyjające nawiązywaniu i podtrzymywaniu relacji biznesowych. Lubię swoją pracę, tę adrenalinę, która towarzyszy nam zwłaszcza w ostatnich miesiącach targowych przygotowań, ciągle podejmowanie nowych zadań... Jeśli udaje się zrealizować to, co sobie zakładamy – wówczas jest to dla mnie największa satysfakcja.



Jacek Obarski
koordynator ds. innowacji w zespole PR produktów

Zainteresowania: marketing, muzyka, literatura

Konsekwencja w realizacji celów, entuzjazm, otwartość na nowe pomysły pozwalają mi nazywać moją pracę pasją. Lubię przełamywać stereotypy, wyznaczać nowe kierunki, skutecznie osiągać cele. Jednym z nich jest jeszcze lepsza komunikacja z przedstawicielami mediów zagranicznych, których z roku na rok gościimy coraz więcej. To właśnie dzięki nim targi DREMA i FURNICA są widoczne w Europie i na całym świecie.



Monika Wietrzyńska
pracownik w dziale promocji

Zainteresowania: socjologia społeczeństwa ponowoczesnego, zdrowa żywność, podróże

Tym, co najbardziej fascynuje mnie w mojej pracy, jest z całą pewnością stawianie czoła kolejnym wyzwaniom oraz ciągła nauka, zdobywanie umiejętności, poznawanie swoich własnych granic i ich ciągle przekraczanie. Cieszy mnie możliwość wykorzystania i weryfikowania w praktyce wiedzy zdobytej podczas studiów. DREMA i FURNICA to moje pierwsze, ważne wyzwanie, tym bardziej cieszę się, że mogę dołączyć do zespołu wspaniałych i doświadczonych fachowców pracujących przy ich organizacji.

A może konferencja ?

Organizacja konferencji czy seminariów zdecydowanie wzbogaca uczestnictwo w targach. Przygotowanie tego rodzaju spotkania pozwala na realizację wielu celów marketingowych. Odpowiednio dobrana tematyka seminarium i odpowiedni goście mogą mieć kolosalne znaczenie dla działań strategicznych firmy.

Pomocne w organizacji konferencji, seminarium czy spotkania może być Centrum Kongresowe Poznań-Targi. Dysponuje ono największą w Polsce bazą kongresową usytuowaną właśnie na terenach Międzynarodowych Targów Poznańskich. Jest jednym z największych i najnowocześniejszych centrów konferencyjno-kongresowych w Polsce. Znajduje się w czołówce listy rankingowej katalogu obiektów usług konferencyjnych w Polsce – www.meeting-spoland.pl. Dysponuje 58 doskonale wyposażonymi i klimatyzowanymi salami konferencyjnymi, o różnorodnych możliwościach aranżacji – zarówno przestrzeniami kameralnymi do małych spotkań biznesowych, jak i dużymi na ponad 5 tysięcy osób. Po przystosowaniu pawilonów wystawienniczych do celów konferencyjnych można zorganizować konferencję nawet dla 10 tysięcy uczestników. No i to co najważniejsze, Centrum zapewnia wysoki standard przygotowania konferencji – klimatyzowane sale

zgodnie z życzeniem mogą być wyposażone w sprzęt multimedialny, ekrany, tłumacze, urządzenia do tłumaczenia symultanicznego, można skorzystać z organizacji bankietu, usług transportowych, recepcji, programu imprez przed- i pokongresowych, a także pomocy przy rezerwacji noclegów. Oprócz wynajmu sal Centrum Kongresowe Poznań-Targi oferuje kompleksową organizację kongresów. Ma ono certyfikat Profesjonalnego Organizatora Turystyki Biznesowej w Polsce, nadany przez Polską Organizację Turystyczną. W praktyce ta rekomendacja oznacza, że Centrum Kongresowe Poznań-Targi zapewnia obsługę na wszystkich etapach przygotowania kongresów i konferencji na światowym poziomie. Również pracownicy Centrum zapewniają, że są w stanie sprostać każdemu zadaniu. Najlepszym dowodem na to są wyniki ich dotychczasowej pracy – rokrocznie ponad 1100 różnorodnych wydarzeń – m.in. konferencje, kongresy, szkolenia, w których uczestniczy 250 tysięcy osób. Wysoki standard, infrastruktura, lokalizacja i doświadczona kadra Centrum powodują, że chętnie z tego potencjału korzystają uczestnicy targów, ale nie tylko. Przykładowo targowe tereny stały się miejscem spotkań zarządu EU-

MABOIS. Waldemar Kujawiak, dyrektor ds. logistyki powiedział – *Infrastruktura pozwala na realizację szeroko zakrojonych przedsięwzięć. Gościliśmy ponad 1500 uczestników Zgromadzenia Ogólnego Rady Gmin i Regionów Europy CEMR, w naszych salach odbywał się VI Międzynarodowy Kongres Kardiologiczny, który zgromadził ponad 3 500 uczestników z 22 krajów. Rok 2008 przyniósł bardzo prestiżowe wyzwanie – organizację światowego kongresu klimatycznego. Jednocześnie nie brakuje wydarzeń o zupełnie innym charakterze – kameralnych spotkań i szkoleń firmowych. Tak duże doświadczenie jest najlepszą gwarancją jakości naszych usług.* Wszystko wskazuje na to, że Centrum Kongresowe Poznań-Targi to najlepsze miejsce do organizacji wszelkiego rodzaju kongresów, zjazdów, konferencji, a także szkoleń, pokazów firmowych i konferencji prasowych – imprez dla wielu gości oraz kameralnych spotkań – przez cały rok. Największy w Polsce organizator targów – Międzynarodowe Targi Poznańskie i największa w Polsce baza kongresowa – Centrum Kongresowe Poznań-Targi to dobry duet. ■



Fot. Serwis prasowy MTP

Blżej dziennikarzy

Udział w targach stwarza możliwość dotarcia z ofertą do szerokiego grona potencjalnych klientów nie tylko podczas trwania targów, ale również przed ich rozpoczęciem i po ich zakończeniu. Przed targami przygotowujemy i rozsyłane są specjalne wydawnictwa DREMA-FURNICA News, w Internecie znajdują się informacje o zgłaszanych przez wystawców nowościach. Ale oczywiście punktem kulminacyjnym są same targi. Przyjeżdżają na nie dziennikarze z kraju i zagranicy. Nawiązany na targach kontakt z nimi może być pomocny wystawcom w lobbingu branży, w promocji rozwiązań i technologii w prasie branżowej. Ułatwieniu spotkań z dziennikarzami służy między innymi Centrum Prasowe usytuowane w środku ekspozycji. Tu przedstawiciele mediów mogą znaleźć pełną informację: katalogi wystawców, przewodniki po nowościach, programy wydarzeń, informacje o konferencjach prasowych. Jest tu wydzielona komfortowa przestrzeń do rozmów i wywiadów radiowych. Specjalną ofertą dla wystawców stanowi Serwis Prasowy Wystawców, czyli pakiet usług prasowych, w skład którego wchodzi: MediaContent, Kontakt dla Mediów i PressCentre. MediaContent otwiera przed wystawcą targowe strony www, na których można umieścić informacje dla mediów, notatki prasowe i zdjęcia. Kontakt dla Mediów daje możliwość zamieszczenia danych kontaktowych firmy na stronie www i w drukowanym biuletynie targowy m. PressCentre pozwala na umieszczenie firmowego biuletynu prasowego na stronie internetowej i w formie drukowanej w Centrum Prasowym. ■

Dobre stoisko – dobry wykonawca



Fot. Serwis prasowy MTP

Dobre stoisko targowe to jeden z ważniejszych czynników mających wpływ na udane wystąpienie firmy na targach. Aranżacja ekspozycji stanowi integralną część serwisu, który oferuje Międzynarodowe Targi Poznańskie. Dlaczego warto skorzystać z usług Wydziału Budowy Stoisk Międzynarodowych Targów Poznańskich, zapytaliśmy ZBIGNIEWA JÓZEFIOKA, dyrektora ds. targowych usług technicznych.

Mamy bardzo duże doświadczenie i praktykę w budowie stoisk. Rocznie powstaje u nas około 3 000 projektów, co, jak łatwo przeliczyć, stanowi około 12 projektów w ciągu dnia roboczego. Nasza praca znajduje uznanie nie tylko w oczach klientów, ale i na szerszym forum. Możemy się pochwalić wieloma nagrodami Acantus Aureus – konkursu, w którym wygrywają ciekawe architektonicznie stoiska wystawiennicze, tworzące dobry klimat do pracy i przeprowadzania rozmów biznesowych. Jest to niewątpliwa zasługa zespołu naszych projektantów i montażyistów. Służą oni pomocą od chwili rozpoczęcia prac nad projektem aż do demontażu stoisk. Nasza oferta obejmuje profesjonalną aranżację oraz kompleksowe urządzenie stoisk ekspozycyjnych „pod klucz”. Możemy realizować różne koncepcje i projekty w ramach różnych możliwości finansowych firm. Niebanalny efekt tworzy przede wszystkim pomysł, a nie nieograniczony budżet. W pracy montażowej wykorzystujemy nowoczesne techniki. Dla wzmocnienia wizerunku firmy i produktu stosujemy ciekawe rozwiązania architektoniczne, aranżację, oświetlenie, dźwięk oraz inne techniki medialne. Zapewniamy wysoki standard wykonania. Ale przede wszystkim mamy świadomość tego, czym są targi i jaka jest ich specyfika. Wiemy, jak istotne jest to, by stoisko miało swój indywidualny charakter, jak ściśle musi on wiązać się ze strategią marketingową firmy.

To założenia teoretyczne, a jak przekładają się one na praktykę?

Do każdego klienta podchodzimy indywidualnie. Wszystko zależy od jego oczekiwań. Dlatego niezmiernie ważne jest to, aby firma dokładnie określiła swoje wymagania dotyczące koncepcji stoiska. Wystawca, który decyduje się na wystąpienie targowe, przed rozpoczęciem prac projektowych musi odpowiedzieć sobie na kilka pytań: w jakim celu bierze udział w targach, kto jest jego adresatem i jaki przekaz powinno zawierać stoisko. Jesteśmy w stanie spełnić najbardziej nietypowe wymagania, zrealizować wyszukane rozwiązania. Wykonujemy projekty dostarczane przez klienta, ale istnieje również możliwość korzystania z naszego zespołu projektantów. W naszym wydziale wszystko jest możliwe – od aranżacji stoisk systemo-



Fot. Serwis prasowy MTP

wych, po nietypowe rozwiązania, a także atrakcyjne scenografie kongresów i konferencji. Chętnie dzielimy się z klientami wiedzą i doświadczeniem. Prowadzony przez nas dialog z klientem pozwala na wypracowanie najlepszej koncepcji. Wszystko zależy przecież od celu uczestnictwa w targach – inaczej trzeba przygotowywać i zbudować stoisko, gdy firma chce podczas targów rozwinąć sieć sprzedaży, a inaczej, gdy wprowadza na rynek nowy produkt. Dlatego uważam, że istotna jest dla wystawcy współpraca z doświadczonym projektantem, który sugeruje rozwiązania, z wykonawcą, który nie tylko zna dobrze teren swojego działania, ale również ma dużą praktykę pozwalającą sprawnie realizować budowę. Wiele zależy od współpracy z odpowiednią firmą zajmującą się projektowaniem i zbudowaniem stoisk targowych. ■

MATCHMAKING

Czas dobrze wykorzystany

Ponad 21 tysięcy profesjonalnych gości z kraju i zagranicy odwiedza co roku targi DREMA i FURNICA w poszukiwaniu nowych kontaktów biznesowych. Organizatorzy targów starają się, by ten ogromny potencjał został jak najlepiej wykorzystany przez wystawców, a jednocześnie chcą zapewnić zwiedzającym maksymalne zadowolenie z wizyty na targach. Dlatego MTP oferuje uczestnikom targów DREMA i FURNICA w 2009 r. specjalny program ułatwiający im znalezienie dokładnie tej oferty i tych partnerów, na których im najbardziej zależy.



Fot. Serwis prasowy MTP

Hosted Buyers to program skierowany do grupy największych odbiorców produktów branży drzewnej i meblarskiej. Grupa ta otrzymuje specjalne przywileje dla VIP-ów. Jako profesjonalni zwiedzający mają zapewniony m.in. bezpłatny wstęp na targi oraz miejsce parkingowe na terenie MTP, bezpłatne materiały na temat targów, katalog i program konferencji. Mają też zagwarantowany udział w wieczorze branżowym oraz wstęp do specjalnie przygotowanej strefy Business Meetings Area, gdzie w twórczej, biznesowej atmosferze, przy filiżance wyborowej kawy, będą mogli spotkać się z wystawcami.

Aby jak najbardziej efektywnie wykorzystać pobyt na targach, MTP oferuje zwiedzającym również

możliwość wcześniejszego zaaranżowania spotkań z wybranymi wystawcami. Uczestnicy, po określeniu profilu wystawców, z którymi chcieliby się spotkać, otrzymują listę firm rekomendowanych przez organizatora targów. Po wskazaniu wybranych firm, MTP organizuje spotkania obydwu stron podczas targów, które mogą się odbywać zarówno na stoisku wystawcy, jak i w Business Meetings Area. Dzięki takiej wcześniejszej aranżacji spotkań są one bardziej konstruktywne i pozwalają lepiej wykorzystać czas spędzany na targach.

W 2009 r. szczególnie interesująco zapowiadają się spotkania przygotowywane ze stroną rosyjską. ■



Fot. Serwis prasowy MTP

Jakie więc powinno być dobre stoisko targowe?

Nasze doświadczenie mówi, że są trzy zasadnicze elementy, które muszą ze sobą współgrać na dobrej targowej ekspozycji. Przede wszystkim stoisko sygnalizuje obecność firmy na targach – powinno więc być zauważalne, zwracać uwagę. Jego podstawową funkcją jest jednak prezentacja oferty handlowej – powinno więc dobrze ją eksponować. I to co najważniejsze w marketingu bezpośrednim – powinno ułatwiać komunikację z klientem i rynkiem. To przecież miejsce pracy, miejsce spotkań biznesowych. Zasadniczą sprawą jest spójność ekspozycji targowej ze strategią marketingową firmy.

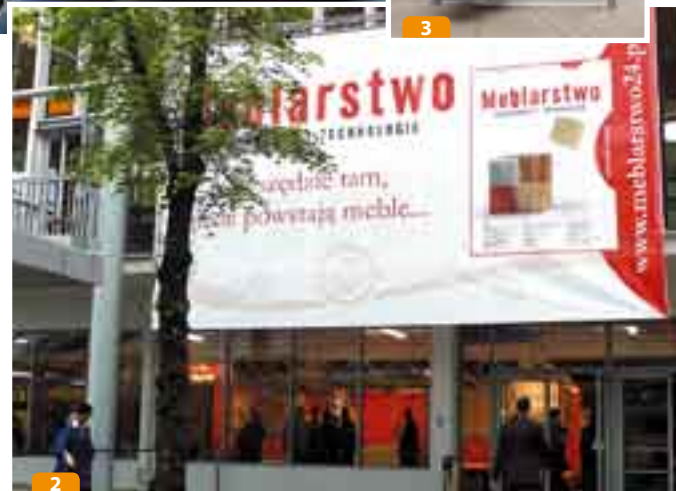
Billboard, baner czy potykacz?



Każde uczestnictwo w targach jest promocją firmy, produktu, form działania. Zgodnie ze słynną marketingową maksymą: „Wyróżnij się albo zgiń” warto zrobić wszystko, aby być zauważonym, tym bardziej, że na targach DREMA i FURNICA jest się w doborowym towarzystwie niemal wszystkich liczących się na świecie marek branży drzewnej i meblarskiej.

Targi te odwiedza 21 000 profesjonalistów (dane z ubiegłego roku), obsługuje je około 300 dziennikarzy z Polski i świata, wydarzenia targowe relacjonuje telewizja biznesowa TV Biznes, rozgłośnie radiowe, pisze się o nich w prasie branżowej. Możliwości reklamy jest wiele. MTP oddaje do dyspozycji swoich klientów kilkanaście wielkoformatowych powierzchni reklamowych na zewnętrznych ścianach pawilonów. Jak mówi Karolina Kozubka, specjalista ds. Public Relations, powierzchnia większości z nich przekracza 100 m², a największy billboard, którego po-

wierzchnia to ponad 350m² można zawiesić na pawilonie 3 (fot.1). Wystawcy mogą także wyróżnić się umieszczając reklamę – baner w pawilonach, w specjalnie do tego wyznaczonych miejscach (fot 2). Oprócz powierzchni wielkoformatowych oferowanych przez MTP wystawcy mogą także umieścić na terenach targów własne różnorodne konstrukcje reklamowe. Poczawszy od potykaczy, stojaków reklamowych, poprzez balony, a skończywszy na oryginalnych ogromnych dmuchanych konstrukcjach nawiązujących często do produktu danej firmy (fot 3).



A wieczorem...

Przy okazji pobytu na poznańskich targach warto choć trochę poznać miasto i poddychać jego atmosferę. Ci, którzy mają siłę i ochotę na bardziej aktywne uczestnictwo w nocnym życiu Poznania nie będą zawiedzeni. Działa tu ponad 40 klubów i pubów, w tym kluby z muzyką na żywo, a wśród nich klub jazzowy Blue Note, który organizuje koncerty światowych gwiazd nurtów muzyki niekomercyjnej, klub artystyczny Żak, gdzie odbywają się wieczory taneczne, spotkania literackie, projekcje niezależnego kina oraz regularne koncerty muzyczne zespołów polskich i zagranicznych. Inne kluby muzyczne, to m. in. IQ Club gdzie można się bawić przy różnych gatunkach muzycznych na żywo oraz granych przez DJ-ów, Kukabara, Piano Bar zlokalizowany w budynku Słodowni, gdzie poza muzyką graną na żywo, raz w miesiącu odbywają się spotkania miłośników mody. W klubie muzycznym Pod Pretekstem codziennie gra muzyka na żywo, a w każdy poniedziałek odbywa się koncert. Klimat czeskiej knajpki: czeskie piwo, przy stołach ławy, a na ścianach podobizna słynnego Wojaka Szwejka – to scenaria pubu Svejk. Regularnie odbywają się tu koncerty młodych poznańskich zespołów. Dla miłośników muzyki latynoskiej nie lada gratką będzie klub Muchos Patatos, gdzie codziennie można przenieść się w świat salsy i innych

gorących rytmów. Tylko w okolicy Starego Rynku można znaleźć kilkanaście klubów tanecznych dlatego warto wybrać się wieczorem do miasta, a być może pozostanie się tam nawet do rana. Oczywiście Poznań jest miastem nie tylko muzyki lekkiej i rozrywkowej. Na świecie kojarzą się przede wszystkim z muzyką poważną. Działa tu 9 teatrów i instytucji muzycznych, w tym filharmonia, opera, teatr muzyczny oferujący muzykę lżejszego kalibru oraz

słynny Polski Teatr Tańca, założony w 1973 r. przez Conrada Drzewieckiego, prowadzony dziś przez Ewę Wycichowską, którego spektakle można oglądać na całym świecie. W Poznaniu swoją siedzibę ma wiele chórów i orkiestr, organizowane są tu też znaczące festiwale i konkursy muzyczne, wśród których najśłynniejsze to Międzynarodowy Konkurs im. H. Wieniawskiego oraz Międzynarodowy Festiwal Chórów Uniwersyteckich „Universitas Cantat”.



Międzynarodowe Targi Poznańskie

zawsze blisko

W centrum Europy

samolotem

- ponad 50 bezpośrednich lotów w tygodniu.
- regularne loty z Barcelony, Bristolu, Doncasteru, Dortmundu, Dublina, Edynburga, Frankfurtu, Kopenhagi, Liverpoolu, Londynu, Malmö, Monachium, Nottingham, Oslo, Paryża, Glasgow, Rzymu, Sztokholmu, dodatkowe loty w czasie trwania targów
- terminal pasażerski o najwyższym światowym standardzie; terminal cargo – wpisany do księgi kodowej Lufthansy

samochodem

- samochodowe trasy międzynarodowe:
- E-30 – Berlin-Warszawa-Moskwa oraz E-261 – Gdańsk-Wrocław-Praga
- bezpośrednia komunikacja autobusowa z Amsterdamem, Berlinem, Brukselą, Hamburgiem, Kopenhagą, Londynem, Monachium, Oslo, Paryżem, Pragą i Rzymem

koleją

- bezpośrednie pociągi z Brukseli, Berlina, Moskwy, Hamburga, Kolonii, Pragi, Bratysławy, Wiednia, Budapesztu, Wilna

W centrum Polski

- codziennie 4 loty krajowe z warszawskiego lotniska Okęcie. Lot – tylko 60 minut.
- dogodna komunikacja kolejowa ze stolicami wszystkich regionów Polski – 15 bezpośrednich pociągów ekspresowych z Warszawy każdego dnia
- skrzyżowanie tras szybkiego ruchu: DK2 – Świecko-Poznań-Terespol, DK5 – Świecie-Bydgoszcz-Poznań-Wrocław, DK11 – Kołobrzeg-Poznań-Bytom

www.mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Tomasz Kobierski
wiceprezes zarządu

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 25 93
e-mail: tomasz.kobierski@mtp.pl
GSM: +48 609 29 75 42



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Miłosz Matelski
dyrektor projektu DREMA, FURNICA,
DREMASILESIA – MEBELTECHEXPO, DREMA – UKRAINA & FURNI'EQUIP

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 25 89, faks +48/61 869 29 56
e-mail: milosz.matelski@mtp.pl
GSM: +48 603 410 166



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Hanna Ochnik-Pawłowska
zastępca dyrektora projektu

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 22 64, faks +48/61 869 29 56
e-mail: hanna.pawlowska@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Łukasz Łochocki
opiekun wystawcy

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48 61 869 24 47, faks +48/61 869 29 56
e-mail: lukasz.lochocki@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Lucyna Żybura
opiekun wystawcy

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 22 41, faks +48/61 869 29 56
e-mail: lucyna.zybura@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Michał Hempowicz
dyrektor ds. organizacji spotkań biznesowych

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 21 88, faks +48/61 869 29 57
e-mail: michal.hempowicz@mtp.pl
GSM: +48 603 412 028



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Jacek Obarski
koordynator ds. innowacji w zespole PR produktów

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 21 69, faks +48/61 869 29 60
e-mail: jacek.obarski@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Michał Różański
koordynator Fabryki Mebli na Żywo

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 29 88
e-mail: michal.rozanski@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Karolina Kozubska
specjalista ds. Public Relations

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 21 84, faks +48/61 869 25 09
e-mail: karolina.kozubska@mtp.pl



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

www.mtp.pl

Małgorzata Ostasńska-Janicka
kierownik Centrum Kongresowego Poznań-Targi

Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel. +48/61 869 23 42
e-mail: malgorzata.ostasnska@mtp.pl

DREMA 2009
UKRAINA

FURNI'EQUIP

&

Międzynarodowe Targi Maszyn dla Przemysłu Meblarskiego i Drzewnego

24-27 lutego 2009
Kijów, Ukraina

Zainspiruj się i odkryj nowe możliwości w technologii dla przemysłu meblarskiego oraz drzewnego

Spotkaj się z profesjonalistami i osobami decyzyjnymi

Stań się częścią wzrastającego rynku i rozwiń swoją sprzedaż w krajach Europy Wschodniej

Organizatorzy:



Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o.
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań, Polska
tel. +48/ 61 869 20 95,
fax +48/ 61 869 20 40
e-mail: drema-ukraina@mtp.pl



INTERNATIONAL CONTRACT FAIR, JSC
39, Spasskaya Srt, Kiev, 04070, Ukraine,
Tel.: +38 044 494 4251,
fax: +38 044 461 9955.
e-mail: furniture@kmya.kiev.ua

www.dremaukraina.mtp.pl