

nową propozycję. Myślmy i o zmianie terminu targów, i o zmianie opłat za targi, i o zmianie formuły. Robimy analizy rynku, rozmawiamy z wystawcami i widzimy, że te nasze nowe pomysły trafiają na podatny grunt.

Artur Fudalej: Niewątpliwie zmiana w formule targów jest pożądana i wiele firm, z którymi mam kontakt tego oczekuje. Mam nadzieję, że nowa formuła ściągnie wiodące marki i otworzy targi na całą Europę.

Józef Szyszka: Mówiliśmy, że polscy producenci jeżdżą za granicę, choć z naszych obserwacji wynika, że za granicą wystawia się bardzo mało polskich firm. Nasza idea jest prosta: po meble chińskie jeździmy do Chin, po niemieckie – do Niemiec, po włoskie – do Włoch, a po polskie... do Polski. Nikt przecież nie jedzie do Kolonii czy Mediolanu, by znaleźć tam polskie meble. Jak się szuka polskich mebli, to powinno się przyjechać tu. Stąd właśnie nowa koncepcja targów.

Jerzy Smardzewski: Brzmi to bardzo dumnie i bardzo pięknie, aż chciałoby się rzec: szkoda, że nie wcześniej. Ale dobrze, że to zmierza w tym kierunku, bo wszyscy czuli, że to tak powinno wyglądać. Jest wielu interesujących producentów, ciekawych polskich projektantów, którzy nie bardzo mają gdzie pokazać swoje meble, a ich projekty są naprawdę bardzo ciekawe.

Wojciech Nowicki: No właśnie: wzornictwo. My jako dostawca wzornictwa na powierzchnie drewnopochodne widzimy, jak duży skok jakościowy wykonują firmy, które zaczynają robić swoje wzory. W Polsce jeszcze nie ma właściwego balansu między wykonawcą a producentem meblowym. Różnica między nimi jest taka, że producent ma jakieś swoje wzory, które wykonuje i sprzedaje, natomiast wykonawca robi według dostarczonego przez kogoś projektu. Mamy ciągle w branży bardzo wielu wykonawców, ale im więcej będzie wzornictwa, tym branża będzie silniejsza. Rozmawiałem wczoraj z przedstawicielem dużego polskiego producenta mebli. Powiedział, że w 1998 roku, po załamaniu się handlu ze wschodem, jeden wzór meblowy uratował ich firmę przed upadłością. Gdyby nie mieli tego wzoru, dziś by ich nie było. Ten przykład pokazuje, jak ważne jest wzornictwo.

Artur Fudalej: My również, jako producent papierów dekoracyjnych, zauważamy w ostatnich latach wielki skok jakościowy w branży. Coraz więcej przedsiębiorstw firmuje swoje meble nazwiskami dobrych projektantów, coraz więcej firm odwiedza



dr Tomasz Wiktorski, ekspert Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, właściciel B+R Studio



Józef Szyszka, dyrektor projektu „Meble” Międzynarodowych Targów Poznańskich

targi zagraniczne, pokazujemy meble ciekawe, które podoba się nie tylko w Polsce, ale także w świecie. Wzornictwo jest jednym z najważniejszych czynników, który może pobudzić może firmę do produkcji.

Tomasz Wiktorski: Przysłuchując się dyskusji zauważam, że wszyscy wypowiadamy się optymistycznie. A czy panowie uważają, że w przyszłości rzecie pod uwagę – w perspektywie dwóch-trzech lub więcej lat – jakiś scenariusz pesymistyczny? Czy jest niebezpieczeństwo, że branża skurczy się na przykład o 10-20%?

Wojciech Nowicki: Pesymista narzeka na wiatr, optymista myśli, że uda mu się ten wiatr zmienić, a liderzy ustawiają wiatry. Dlatego teraz jest czas ustawiania żagla, a nie narzekania, że ten wiatr wieje z tej, czy tamtej strony, albo myślenia, że uda się ten wiatr zatrzymać. Nasze myślenie nie jest ani myślenie optymistyczne, ani pesymistyczne, to jest realizm.

Jerzy Smardzewski: Pesymistycznie mogą o tym myśleć wyłącznie te firmy, które nie chcą się rozwijać albo mają wątpliwość na temat pomysłu na biznes. Nawet świetne meble trzeba umieć sprzedać.

Józef Szyszka: Z perspektywy organizatora targów możemy powiedzieć tak: jeżeli branża się odświeży po kryzysie, to powróci się w Poznaniu ci, których nie ma.

Nie ma wątpliwości, że Polacy będą kupowali meble. Problem jednak brzmi: gdzie będą kupowali te meble? Czy w salonach meblowych, czy w szarej strefie – skopiowane wzory, wykonane przy użyciu gorszych materiałów?

Wojciech Nowicki: W kryzysie ludzie rozważniej podejmują decyzje o zakupach. Wydaje mi się zatem, że to jest zły czas dla wszelkiego rodzaju tandety. Gdy wszystko sprzedawało się „jak woda”, to również sprzedawała się bylejąkość, dziś rynek klientów raczej wyeliminuje towary najgorszej jakości.

Jerzy Smardzewski: Kopiowanie to plaga. Kopiowanie będzie i – moim zdaniem – będzie. Przypomnijmy sobie spór sprzed kilku lat między Bydgoskimi Fabrykami Mebli a nieistniejącymi już Swarzędzkimi Fabrykami Mebli. Po kilku miesiącach prasowej wojny obie firmy doszły do porozumienia, czyli ta prawda do najgorszego rozwiązania, jakie można sobie wyobrazić. Nie rozwiązało to problemu, bo problem – generalnie – cały czas istnieje. Jednak firmy, które stawiają na innowacyjność zawsze będą kilka kroków przed tymi, które kopiują. I teraz jest już na tyle dojrzały, że będzie w stanie docenić jakość.

Józef Szyszka: Sposobem na bylejąkość jest handel dobrego jakościowo meblami. Sprzedawca w sklepie niechętnie sprzedaje towar, który wkrótce będzie reklamowany. Dobry sprzedawca potrafi sprzedać produkt lepszej jakości, bo nie chce mieć z nim później kłopotu. Dziś wielu ludzi myśli kategorialnie, to jest podejrzanie tanie.

Dziękuję za rozmowę.
Fot. Anna Żamojda

◀ Od lewej: dr Tomasz Wiktorski – ekspert Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, właściciel B+R Studio, prof. Jerzy Smardzewski – Katedra Meblarstwa na Wydziale Technologii Drewna Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Artur Fudalej – menedżer odpowiedzialny w firmie Interprint za fabryki mebli, Wojciech Nowicki – członek Zarządu w firmie Schattdecor, Józef Szyszka – dyrektor projektu „Meble” Międzynarodowych Targów Poznańskich i Marek Hryniewicki – redaktor naczelny miesięcznika „Meble Plus”.

