



# „MY POKAZUJEMY TO, CO WY POTRAFICIE”



Główna hala w Arenie Ostróda ma 14 500 m<sup>2</sup> powierzchni i 19 m wysokości.

Dzięki nowo wybudowanej hali wystawienniczej w **OSTRÓDZIE**, w której po raz pierwszy odbyły się **MIĘDZYNARODOWE TARGI MEBLOWE**, ich organizacja miała prawdziwie europejski poziom. A na jakim poziomie była oferta wystawców?

TEKST I FOT.: *Katarzyna Orlikowska*

**3** 9. edycja Międzynarodowych Targów Meblowych w Ostródzie, która odbyła się w dniach 10-14 września, na pewno przeszła do historii MTM ze względu na fakt, iż odbyła się po raz pierwszy w nowo wybudowanym obiekcie – Demuth Arena

Ostróda. Mam jednak wrażenie, że sam budynek i jego uroczyste otwarcie w czasie targów nieco przyćmiły to, co najważniejsze – wystawę mebli.

Na targach swoją ofertę na blisko 20 000 m<sup>2</sup> powierzchni wystawienniczej zaprezentowało

153 wystawców. Ilu z nich stanowili producenci mebli? Na pewno była to większość, choć widać, jak MTM Ostróda coraz szerzej otwierają się na firmy oferujące akcesoria i półfabrykaty meblowe, a także maszyny i narzędzia. Wśród reprezentantów tej grupy



Część nowej kolekcji mebli Paged Meble, zaprezentowanych na MTM Ostróda, jeszcze w tym roku trafi na rynek.

Fameg i jego słynne krzesła Thonet.



wystawców znalazły się m.in. takie firmy jak Gaber Plus, Allcomp Polska, Multicam Plus, Trehus Design, Bimak, Laguna, Kash, Linea Decor, STILL Polska, W-M Glass, Stalmot & Wolmet, Nomet, Fabryka Okuć Kuczyński czy Pol-Met.

– Rynek meblarski podlega ciągłym zmianom, do których stale się dostosowujemy – mówi Elżbieta Zadka, specjalista ds. targów w spółce Demuth Alfa. – Nasze targi są skierowane nie tylko do największych firm z branży, ale również do średnich i małych producentów, którzy w Ostródzie mają szansę na prezentację swojej oferty. Od jesienni rozszerzyliśmy również formułę naszej imprezy. Rezultaty widać gołym okiem: 39. edycja MTM przyciągnęła 153 wystawców.

Ciekawym pomysłem było stoisko Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych, zajmujące 1000 m<sup>2</sup>, gdzie prezentowane były meble dwudziestu producentów z makroregionu Polski wschodniej. Agencja finansowała im

transport i przewóz mebli, zakup powierzchni, aranżację stoiska itp. W tej przestrzeni prezentowały ofertę m.in. Spółka Meblowa KAM z Milejewa k. Elbląga (meble kuchenne), Fabryka Mebli Dekort ze Smolnik k. Itawy (meble systemowe), Lege Artis z Olsztyna oraz Libro z Lubawy (meble tapicerowane). Projekt Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej, który będzie realizowany do 2015 roku, obejmuje pięć województw Polski wschodniej, a jego wartość wynosi 85 999 999,14 zł, z czego Unia Europejska refinansuje 73 099 999,27 zł.

**TE SAME MEBLE**

Jak powtarza większość wystawców, targów nie można ocenić od razu, gdyż na owoce podjętych rozmów czy podpisanych kontraktów trzeba poczekać i wówczas mówić o ich efekcie. Natomiast od razu, chodząc między stoiskami, można określić poziom oferty, jaki na targach był prezentowany. Pokazywane

w Ostródzie meble niczym nie zaskakiwały. Niestety, jeżdżąc na polskie targi meblowe, ma się wrażenie, że co roku pokazywana jest podobna oferta. Uczucie monotonii towarzyszy szczególnie podczas oglądania mebli tapicerowanych, które na co drugim stoisku mają takie same formy, obite są podobnymi tkaninami. Z kolei jeśli chodzi o meble skrzyniowe, to wiele z nich wykańczanych jest w podobnym stylu. Jeśli jakiś dekor staje się hitem w danym sezonie, to obowiązkowo musi być on widoczny we wszystkich nowych projektach mebli. Czy jest to nadążanie za trendami, czy może raczej przejaw braku pomysłowości na wzornictwo – nie mnie to oceniać. W końcu meblarze pokazują to, co będzie się sprzedawać, co będą kupować klienci, a nie tylko to, co ciekawe, piękne i oryginalne.

Wśród wystawców można było znaleźć kilka perełek. Jedną z nich to firma Jennifer Collection, która nie tylko pokazała meble pełne



Firma Signal meble pokazała nowe wzory foteli obrotowych.



Ciekawa propozycja młodzieżowych łóżek piętrowych firmy BMS Bogdmar.

klasy, ale także podała je na poziomie znanym z targów międzynarodowych. Ciekawie zaaranżowane stoisko wyróżniało się chociażby przez fakt, że zdobił je zabytkowy, bo liczący 80 lat samochód Austin 7.

Intrygujące były także meble na stoisku firmy Leble, którą założyły Anna Werońska i Kamila Benke. To, co robią, to prawdziwe rzemiosło, bowiem odnawiają stare krzesła, które skupują na pchlich targach lub w Internecie. Efekt to meble o soczystych kolorach, obite efektownymi tkaninami.

Cieszyło także stoisko firmy Fameg, na którym klasyczne krzesła Thoneta zostały pokazane w ciekawych kolorach i nowoczesnej formie.



### BUDOWA ZAKOŃCZONA W DWA LATA

– Jeszcze nie tak dawno Arena Ostróda istniała jedynie w myślach i marzeniach. Byliśmy pełni obaw, czy zdążymy z wybudowaniem tego obiektu w terminie, który zaplanowaliśmy – mówił w czasie oficjalnego otwarcia obiektu, które odbyło się 12 września, Carsten Demuth, właściciel Grupy Demuth. – Po niespełna dwóch latach Arena Ostróda stała się rzeczywistością i w tym miejscu rozpoczyna się nowy rozdział w historii Grupy Demuth.

Tempo pracy przy budowie Areny Ostróda było rzeczywiście imponujące – tylko dwa lata. A obiekt jest ogromny. Główna hala w Arenie Ostróda ma 14 500 m<sup>2</sup> powierzchni i 19 m wysokości. Uzupełniają ją w całości



Firmy Presmebel z Częstochowy i Benix z Baranowa i ich propozycje mebli tapicerowanych w modnych szarościach.

### Nagrody Demuth Expo Award 39. edycji MTM Ostróda:

#### Najlepsze stoisko:

1. Eurofirany (za kompozycję)
2. W-M Glass (za minimalizm)
3. Artline (za naturalizm)

#### Przebój designerski:

1. Krzesło Loop (firma Gaber Plus)
2. Stół i krzesło Diana Design (Fameg)
3. Łóżeczko linia Max firmy BMS Bogdmar

#### Najciekawszy debiut:

1. Kronospan Szczecinek
2. Gaber Plus
3. Fabryka Mebli Benix

#### Najlepszy pomysł marketingowy:

1. Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych
2. Allcomp Polska
3. Trehus Design

### Polska jakość polskiego „Smile”.



zmodernizowane hale 1 i 2. Włącznie z nimi Arena Ostróda ma 28 159 m<sup>2</sup> powierzchni użytkowej. 18 905 m<sup>2</sup> dedykowane jest działalności wystawienniczej, resztę zajmuje zaplecze, klub, restauracja na 800 miejsc oraz sale konferencyjne. Na przyszły rok zaplanowane jest zorganizowanie w Arenie Ostróda targów jachtowych. W przygotowaniu są także edycje targów rolnych, artykułów spożywczych oraz targów turystycznych. Inwestycja ta w dużej mierze (45 mln zł) została dofinansowana przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

– Arena Ostróda leży na skrzyżowaniu dróg i czasów – mówił Carsten Demuth. – Tutaj od stuleci przebiegały trakty handlowe łączące Pomorze z Warszawą i Polską południową. Chcemy stworzyć takie miejsce, gdzie kupcy z zachodnich krajów Europy będą spotykali się z rynkiem wschodnim; w myśl zasady, która towarzyszy Arenie Ostróda: „My pokazujemy to, co Wy potraficie”. W czasie kryzysu nabiera to szczególnego znaczenia, aby firmy pokazały dokładnie to, co potrafią robić.



Na MTM nie zabrakło oferentów komponentów meblowych, takich jak Nomet, Pol-Met czy W-M Glass.

## ZDANIEM WYSTAWCÓW:



*Aleksandra Tatowska, dyrektor ds. marketingu w firmie Halex z Elbląga:*

Targi w Ostródzie są dla nas czasem bardzo owocnych spotkań z klientami. Te kilka dni poświęcamy na zebranie opinii od dystrybutorów na temat naszych produktów, pokazujemy nowe propozycje. W tym roku nowością był m.in. stolik Quattro wykonany w najmłodszym w tym sezonie dekorze dąb sonoma. Zastosowaliśmy w nim bardzo funkcjonalny i jednocześnie niezwykle prosty konstrukcyjnie system unoszenia blatu, który pozwala łatwo zmienić funkcję ławy w stolik..., a nawet duży stół, jeśli dodatkowo wykorzystana się możliwość powiększenia blatu zarówno pod względem długości, jak i szerokości. Unikalność tej konstrukcji przyciągnęła uwagę wielu nowych klientów, także z zagranicy, co nas bardzo cieszy. Podczas targów zebraliśmy też sygnały od naszych dystrybutorów, że stoły i krzesła, które produkujemy, mają już swoją rozpoznawalną markę i zadowoleni klienci przyprowadzają swoich znajomych, zachęcając ich do kupna właśnie produktów Halex. Choć korzystamy z wielu form marketingu – od targów po portale społecznościowe – najcenniejszy jest dla nas właśnie marketing rekomendacji. Opinie zadowolonych klientów to mocny bodziec do rozwijania kolejnych pomysłów i ulepszania produktów.



*Julitta Maciejewska-Walczak, dyrektor marketingu Paged Meble:*

Nowa hala Arena Ostróda robi wrażenie na wystawcach i zwiedzających. Standard ekspozycji i pracy z klientem na targach jest już teraz na europejskim poziomie. Jak na tempo inwestycji i fakt, że to premierowa impreza w nowym budynku, organizatorzy spisali się dobrze. Mam nadzieję, że ta inwestycja będzie na siebie pracować i walory obiektu docenią wystawcy i handlowcy z innych branż. Stałym bywalcom targów meblowych trochę brakowało kameralności „dawnej Ostródy”. Ale wcześniejsze edycje targów MTM to już historia, którą meblarze zawsze będą darzyć sentymentem. Dla Grupy Paged Meble targi były biznesowo udane. Odwiedziła nas duża grupa najważniejszych klientów. Pokazaliśmy nowe linie produktowe, które zainteresowały kupców i część tych kolekcji jeszcze w tym roku trafi na rynek. Podczas targów w Ostródzie przyznaliśmy także tytuły TOP Partner Grupy Paged Meble 2012.



*Wotosz, współwłaściciel Spółki Meblowej KAM z Milejewa k. Elbląga:*

Targi w Ostródzie wpisaliśmy już na stałe w kalendarz naszych imprez wystawienniczych. W tym roku miały one szczególny charakter, gdyż odbywały się w nowym, bardzo prestiżowym obiekcie. Ponadto, wraz z kilkoma innymi producentami zostaliśmy wybrani do promowania gospodarki Polski wschodniej, co było dla nas miłym wyróżnieniem. Trzecim i jednocześnie najistotniejszym dla firmy KAM akcentem tych targów była premiera nowego zestawu Singiel Plus – pierwszych w Polsce mebli kuchennych zaprojektowanych specjalnie dla singli, ludzi żyjących aktywnie, poszukujących gotowych, przemyślanych rozwiązań do swoich mieszkań. Wykorzystaliśmy w nim fronty Olivia ze zintegrowanym uchwytem, które – choć dopiero niedawno pokazaliśmy je na rynku – już są w Polsce rozpoznawalnym wzorem, kojarzonym z naszą firmą. Zainteresowanie zestawem Singiel Plus i ilość zamówień zebrana na samych targach jest dla nas dowodem, że dobrze interpretujemy potrzeby rynku, zarówno pod względem designu, funkcjonalności, jakości, jak i optymalnej ceny mebli kuchennych. Będziemy się nadal rozwijać w tym kierunku i na pewno kolejną odsłonę naszego innowacyjnego podejścia ujawnimy już w marcu na targach w Poznaniu.