

Партнёром по лицензионному соглашению стала итальянская фабрика *Bianca Ferrari*, продукция которой пользовалась у российских покупателей хорошим спросом до девальвации. Специалисты *Bianca Ferrari* разработали программу «Прованс» и предоставили своих технологов для производственного контроля и обучения. Имя российской производственной компании, которая взялась за изготовление программы, Алексей Политов обнародовать пока не хочет.

«Это достаточно известная на нишевом рынке фабрика. Расположена она в Подмос-

ковье. Имеет опыт работы с массивом и сложными технологиями окрашивания. Команда итальянских технологов приехала на эту фабрику в начале февраля, и всего три месяца спустя мы получили готовый продукт. На мой взгляд, российский производитель справился с поставленной задачей на «пятёрку». Посмотрим, как сложатся наши отношения дальше. Сам я позитивно смотрю на это партнёрство. Пока итальянцы контролируют производственный процесс, нам опасаться нечего.

На выставке мы показали спальню «Прованс». Но уже

в конце июня будет готов кабинет. В августе-сентябре предполагаем наладить изготовление гостиной. Презентация полной коллекции, которая будет включать в себя 50 предметов мебели, состоится на ноябрьской выставке в Экспоцентре.

Хочу отметить, что сейчас мы активно ищем российского поставщика по столовым группам и малым формам. Готовы рассматривать предложения».

Серия для спальни «Прованс», по словам Алексея Политова, получила прекрасные отзывы от посетителей МММС. Оптимальная цена набора, включающего

в себя кровать, прикроватные тумбы, шкаф, туалетный столик и пуф, не превышает 250-тысяч рублей, что на 48% дешевле аналога, изготовленного в Италии.

«Наша задача — до конца лета представить «Прованс» в крупных российских магазинах, заинтересованных в подобном продукте, — говорит ген Политов — Мы рассчитываем как минимум на 80 экспозиций. Я уверен, что коллекция хорошо себя покажет осенью. Ключевые козыри для нас — адекватная цена и короткие сроки поставки».

Полина Крайняя

Лицом к лицу

Молодой кухонный бренд собрал своих старых и новых партнёров.

Марка «Медынь» хоть и отсчитывает свою историю с 1949-го, съезд своих торговых партнёров провела в этом году впервые. На мероприятие, как сказали специалисты коммерческого отдела, приехало даже больше народу, чем ожидалось. Причём съезд собрал вместе и старых партнёров компании, и новых.

«Все наши усилия будут направлены на то, чтобы с нами было удобно и выгодно работать, — сказал, обращаясь к дилерам, **Иса Эфендиев**, генеральный директор «Москомплектмебели» (ТМ «Медынь»). — Наше производство будет отвечать вызовам сегодняшнего и завтрашнего дня, а продукция будет инновационной и востребованной у широкого круга покупателей».

О программе реконструкции производственных подразделений подробно рассказал директор по развитию **Алексей Новиков**. Слайд-фильм об этапах «переформатирования» Малоарославской мебельной фабрики, об установке и за-

«Медынь» презентовала дилерам новые кухонные коллекции и перспективные модели фасадов.



пуске на этой площадке нового оборудования публика смотрела с большим интересом. С одобрением была воспринята и информация о разделении производственных потоков между двумя предприятиями — о переводе производства готовых кухонь в Малоарославец и специализации фабрики в Медыни на выпуске фасадов.

Презентация новых коллекций кухонь под маркой «Медынь» и перспективных моделей фасадов, ввод которых в ассортимент запланирован в те-

кущем году, была удачно дополнена мини-обзором о трендах мебельного рынка, об актуальных материалах и конструктивных решениях, востребованных при проектировании кухонь.

Кроме того, торговым операторам представили новый сайт компании, который вот-вот начнёт действовать. При разработке портала были учтены и модные веяния в области web-дизайна, и требования к удобству навигации, и содержательная полнота.



Среди тем, наиболее интересных аудитории, были перспективы развития и продвижения марки «Медынь».

О маркетинговой программе компании, рассчитанной на ближайшие два года, доложил коммерческий директор **Алексей Ковач**. Особое внимание дилеров он обратил на требования по оформлению фирменных торговых площадок и их позиционированию на рынке.

«Это необходимое условие для получения максимальной прибыли с квадратного метра торговой площади, — подчерк-

нул он. — Надеюсь, совместными усилиями мы сможем существенно повысить узнаваемость бренда как в регионах России, так и в странах Таможенного Союза».

После официальной части участники первого дилерского съезда «Медыни» отправились на вечернюю прогулку на теплоходе по Москве-реке. Гостям предложили отужинать и насладиться выступлениями звёзд эстрады.

Валентина Леткова

Вестфалия ждёт в сентябре

В преддверии сентябрьских домашних выставок ведущих мебельных фабрик, национальное маркетинговое сообщество Möbelmeile и отраслевой журнал Möbelmarkt, организовали международный пресс-тур в Восточную Вестфалию-Липпе.

Немецкая отраслевая пресса именуется регион Восточная Вестфалия-Липпе не иначе как мебельной Меккой. Во-первых, здесь сосредоточено чуть ли не 80% кухонной промышленности Германии. Во-вторых, Восточная Вестфалия-Липпе — родина крупнейших компаний, специализирующихся на жилой мебели. В частности, в регионе располагаются штаб-квартиры таких гигантов, как Huls Gruppe, Musterring, 3C, RMW и других производителей, входящих в Топ-20 немецкой мебельной промышленности.

Столь высокая концентрация производителей мебели способствовала мощному развитию местной выставочной инфраструктуры. Вот уже больше трёх десятков лет здесь проходит выставка The Moebelordermesse Westfalica, больше известная как MOW. После imm Cologne это вторая по масштабу мебельная ярмарка Германии. Она гармонично дополняется серией домашних выставок, которые организуют известные немецкие мебельные бренды.

Для того, чтобы сделать осенний сезон максимально эффективным, производители Восточной Вестфалии объединяют свои усилия по привлечению байеров. Стандартная форма такого объединения — соз-

дание маркетинговых альянсов. Самый известный пример — Содружество A30, функционирующее с 1998 года. Оно занимается организацией и продвижением кухонных хаусмессе A30 Küchenmeile.

Есть своё объединение и у производителей жилой мебели. Сообщество Möbelmeile было образовано на три года раньше кухонного альянса, и сейчас в него входит 17 компаний. В отличие от сообще-

