

FOR INTERIOR

doslova převálcoval TENDENCE



Výroba nábytku v ČR podle informací Asociace českých nábytkářů (AČN) nadále klesá, ale o poznání méně, než loni. Této skutečnosti podle některých výrobců napomáhají i dobře organizované a propagované výstavy, které bývají příslibem nemalého zájmu ze strany spotřebitelské veřejnosti. K takovým akcím patřil i veletrh nábytku, interiérů a designu FOR INTERIOR, který se uskutečnil 6.–9.10. v Pražském veletržním areálu Letňany a podle přítomných vystavovatelů zcela zastínil výstavu TENDENCE, jež proběhla o tři týdny dříve na výstavišti v Praze – Holešovicích, a která zřejmě ztratila další ze svých příznivců.

Autor: Ing. František Novák
Kontakt: novak.sd@tiscali.cz
Foto: autor

Veletrh FOR INTERIOR, pořádaný akciovou společností ABF ve spolupráci s AČN, Cechem čalouníků a dekoratérů a Asociací starožitníků, byl zařazen do seznamu odborných výstav teprve v loňském roce. Po úspěšném prvním ročníku se ho někteří výrobci a prodejci nábytku rozhodli preferovat na úkor výstav pořádaných v Holešovicích (TENDENCE a PRAGOINTERIER), údajně kvůli lepší marketingové připravenosti a větší návštěvnosti výstav pořádaných ABF. K jimi

založenému Volnému sdružení vystavovatelů se při letošním druhém ročníku kromě dalších tradičních vystavovatelů přidaly i některé nově se prezentující firmy. Veletrhu se tak zúčastnilo, spolu se souběžně pořádanými výstavami FOR DEKOR, FOR PRESENT, FOR GASTRO & HOTEL, celkem 435 vystavovatelů, což je o 19 % více než loni (365) a o 105 % více než při zářivové TENDENCI (212). Ke spokojenosti přítomných vystavovatelů vzrostla oproti loňsku návštěvnost o více jak 20 % na 28 420 lidí. Předcházející výstavu v Holešovicích (TENDENCE), navštívilo podle pořadatelů 22 300 lidí, čemuž ale mnozí vystavovatelé, zúčastnění na obou akcích, příliš nevěřili.

Dva nábytkové veletrhy stačí

„Na FOR INTERIORu jsme na rozdíl od nedávné TENDENCE velmi spokojeni. Především s propagací, díky které je na tomto veletrhu podstatně více návštěvníků, než bylo v Holešovicích, kde se prezentovalo i strašně málo výrobců,“ sdělil nám v expozici čalounické firmy JECH z Dobrušky obchodní ředitel Jiří Frelich s tím, že malá účast vystavovatelů nebyla pro firmu výhodou (z hlediska malé konkurence), ale působila spíše negativně. Mnozí návštěvníci po příchodu na výstaviště, při zjištění omezené možnosti výběru, okamžitě ztratili nejen náladu, ale i zájem o prezentovaný nábytek. „Když ale vidím tu dnešní atmosféru zde v Letňanech (sobota 8.10., třetí den veletrhu), dovoluji si tvrdit, že právě ona rozhodne o tom, které z pražských veletrhů zůstanou a které naopak zaniknou. Podle mě to bude jen dobře, neboť jeden veletrh na podzim a dva na jaře, z toho jeden v Praze a druhý v Brně, všem výrobcům úplně stačí. My už máme jasno, mimo jiné i proto, že v holešovickém areálu nedošlo po požáru levého křídla k žádnému posunu a vystavovat ve stanu, zvláště pak v Praze, je přinejmenším nedůstojné,“ pokračuje obchodní ředitel a dodává, že vysokou návštěvnost veletrhu FOR INTERIOR a slušný zájem lidí ovlivnilo několik faktorů. A to především výstavní slevy, na které lidé zejména v současné době hodně slyší, dále špatné počasí, jež je zahnal do tepla výstavních hal a v neposlední řadě výborná práce pořadatelů.

Účastníci FOR INTERIORu si zejména v sobotu pochvalovali vysokou návštěvnost





Čalouníci zaznamenali rostoucí zájem o český nábytek, a to i mezi mladými lidmi

„Před dvěma lety jsem začal mít pocit, že na výstavách vidám stále stejné tváře a zvažoval jsem, zda má taková prezentace vůbec smysl. Dnešek ale ukázal, že se to začíná postupně měnit. První den přicházeli hlavně žáci ze škol a obchodníci, což nám nevadilo, neboť jsme na ně měli více času. Od včerejška už ale začali proudit koncoví zákazníci a dnes, ačkoliv je nás na stánku devět, se do večera asi nezastavíme. Přímou zde jsme přijali několik objednávek a další podle mne budou následovat v naší nové otevřené prodejně na Vinohradech, kam posíláme nerozhodné návštěvníky,“ pochlubil se Jiří Frelich.

Jde skutečně o český výrobek?

Pro čalounickou společnost BÖHM z Červeného Kříže u Jihlavy byly podle obchodního ředitele Jaroslava Frantála zajímavé obě pražské výstavy. „Pro nás byla výstava TENDENCE velice úspěšná, ale zřejmě proto, že jsme na ní měli jen velmi malou konkurenci. Zde rovněž zaznamenáváme velký zájem a je potěšitelné zejména to, že přibývá lidí, kteří se ptají po českém nábytku. Jen dnes, a to jsou teprve dvě hodiny po otevření výstaviště, jsme na danou otázku odpovídali minimálně deseti párům různých věkových kategorií,“ říká Jaroslav Frantál. Podle něj se asi z poloviny jednalo o mladé lidi od 26 do 30 let s negativními zkušenostmi s některým dovozovým nábytkem, kteří si začínají uvědomovat, že nejsou tak bohatí, aby si mohli kupovat levné věci. „Pro nás výrobce je důležité, aby lidé začali chápat, že opravy takových výrobků bývají velmi nákladné a v konečné fázi jim původně levný nábytek vyjde draž, než kdyby si rovnou

koupili kvalitnější, který bývá pochopitelně dražší. K tomu by nám mohli hodně pomoci prodejci, ale takových, jako je např. královéhradecká firma HANY, jež postavila svoji činnost výhradně na prodej českého nábytku, je zatím bohužel velmi málo,“ konstatoval obchodní ředitel. Prostřednictvím zmíněné firmy se totiž společnost BÖHM na veletrhu prezentovala. Podle majitele Petra Hanuše jsou pražské veletrhy, a zejména pak na výstavišti v Letňanech, díky dálnici zajímavé i pro návštěvníky z jeho regionu. Tuto skutečnost doložil informací o několika přijatých objednávkách od zákazníků z Pardubic a Hradce Králové.

Návštěvníky je třeba nerozptylovat

Rostoucí zájem o kvalitní český nábytek, a to i mezi staršími lidmi, na veletrhu znamenala také společnost VŠ postele z Brumovic na Moravě. Podle obchodního zástupce Josefa Petrěše firma nemá v současné době větší problémy s prodejem postelí v cenách kolem 30 tis. Kč, vyráběných a prezentovaných jako generační. „Řada lidí se pochopitelně jen podívá a odejde s konstatováním, že na takové ceny nemají. Zároveň ale přibývá těch, kteří si raději několik měsíců počkají, aby si, jak říkají, něco našetřili a mohli si udělat radost. Několik takových párů nás kontaktovalo např. na zdejším jarním veletrhu FOR FURNITURE a teď na podzim si přišly doladit detaily a sepsat objednávku s tím, že si dají pěkný dárek k Vánocům,“ doplnil Josef Petrěš s dovětkem, že z hlediska přímých obchodů byl letošní FOR INTERIOR zajímavější než jarní FOR FURNITURE. K nábytku prezentovanému na výstavách

firma nepřikládá, na rozdíl od některých jiných výrobců, žádné tabulky s cenami ani výstavními slevami, byť je poskytuje. Podle obchodního zástupce jde o záměr zachytit každého potenciálního zájemce. „Mnozí z návštěvníků, přestože je některá postel zaujme, by při pohledu na cenu kolem nás přešli, aniž by se zajímali, v čem tkví. Takto se musí zeptat, na což čekáme, ale vlastní informaci o ceně se jim snažíme sdělit teprve poté, až jim výrobek detailně představíme včetně konstrukce. Řadu lidí pak cena už tolik nepřekvapí a ti, kterým se i tak zdá vysoká, mají alespoň o čem přemýšlet,“ upřesnil. Ze stejného důvodu proto tentokrát neoživila svoji expozici, tak jako při jarní prezentaci v Praze, modelkou odpočívající v jedné z postelí. „Mělo to spíš opačný účinek, než jsme předpokládali. Pánům se sice slečna líbila, ale některé dámy se snažili své protějšky co nejrychleji směřovat jinam,“ prozradil nám Josef Petrěš.

FOR INTERIOR zlomil i patrioty

Mezi vystavovateli druhého ročníku FOR INTERIORu byla k našemu překvapení také společnost MIRLAND z Bakova nad Jizerou, zaměřená na kompletní vybavení stylových interiérů. Tato firma v posledních letech, podle informací majitele z ledna tohoto roku (viz DM 3/2011), absolvovala ročně pouze jednu výstavu, a to pražskou TENDENCI. „Ještě v září jsem si nemyslel, že by to do budoucna mohlo být jinak. Ale při absolvování letošní TENDENCE, která byla doslova tragicky zajištěná (slabá podpora, malá návštěvnost, málo vystavovatelů, špatné technické zázemí), jsem se nechal zlákat nabídkou pořadatelů FOR INTERIORu a vůbec toho nelituji. Na TENDENCE už nepůjdu, přestože to bývala velmi dobrá výstava, neboť přestěhováním do Holešovic se změnila k nepoznání,“ konstatoval majitel Miroslav Landa s tím, že letošní FOR INTERIOR byl pro firmu zajímavý mimo domácí klientely i četným zastoupením návštěvníků z Ruska, kteří v posledních letech tvoří nemalé procento jejího obrátu.

Další obrázky z veletrhu
FOR INTERIOR jsou součástí
přílohy tohoto článku na portálu

www.drevmag.com

v sekci VÝSTAVY