

# Sprostać największym wyzwaniom designu

Firma Drewpol z Osiny istnieje na rynku już 25 lat. W tym czasie ewolucji podlegały idee i cele, jakie przed sobą stawiała, ale niezmiennym pozostawało dążenie, aby klienci byli w pełni zadowoleni ze współpracy i produktów, które otrzymują. Aktualny obraz funkcjonowania tego jednego z najbardziej znanych polskich producentów frontów przybliżył nam w rozmowie prezes Zarządu firmy Drewpol, Andrzej Niewiński.

**MMiA: Firma Drewpol jest jednoznacznie kojarzona z produkcją frontów drewnianych – jak wygląda Państwa pełna oferta produktowa?**

**Andrzej Niewiński:** Obecnie nasza oferta obejmuje 17 modeli nowoczesnych i 26 modeli klasycznych. Pod hasłem model nie kryje się jedynie element frontu, ale kilkanaście elementów tworzących rodzinę w obrębie jednego wzoru, tzn.: front płycinowy, ramowy ze szkłem, kratkowy, szprosowy, łukowy, fronty mieszane, czoła szuflad, listwy ozdobne i inne elementy także o giętych formach. Dodatkowo w ofercie mamy kilkanaście wzorów listew, w jej skład wchodzi listwy wieńczące i podszafrkowe, gięte oraz proste. W dodatkach znajdują się także nakładki maskujące na listwy, listwy cokołowe, szufladki, ramki, pilastry, kolumny, kapitele, woluty.

Całą ofertę w tym roku uzupełniliśmy o meble wolno stojące, takie jak: stojaki na wino, stoły, półki. Tę kategorię będziemy chcieli nadal mocno rozwijać także o elementy dekoracyjne.

Na bazie naszych produktów klient może zaprojektować sobie całą zabudowę lub pojedyncze meble, według

własnego pomysłu, w wybranym dowolnie wybarwieniu. Może to być kuchnia, meble salonowe, jak: komody, biblioteczki, biurka, stoliki, przestrzeń sypialni, elementy do zabudowy przedpokojowej oraz dekoracyjne wykończenia okien oraz drzwi. Wachlarz kolorystyczny jest bardzo bogaty, rozpoczynając od ciemnych, a kończąc na jasnych bądź naturalnych kolorach, z możliwością wzbogacania ich o patynę.

**MMiA: Które Państwa propozycje cieszą się obecnie największą popularnością?**

**A. N.:** Do roku 2012 nasza oferta była zdominowana klasycznym wzornictwem. Drewno, materiał, z którego tworzymy nasze produkty, kojarzony jest z tradycyjnymi, stylowymi frontami i takie modele były najchętniej zamawiane przez klientów. Oprócz bardzo popularnych modeli na polskim rynku, jak: Czajkowski, Puccini, Chopin czy Wieniawski, dużą popularnością cieszą się także takie modele jak Lizbona czy Londyn. Nieustannie trwają prace nad nowymi projektami, więc co roku mamy nadzieję, że będziemy inspirować naszych klientów nowymi trendami we wzornictwie.



**MMiA: Jakie aspekty przemawiają za korzystaniem z frontów drewnianych wysokiej jakości?**

**A. N.:** Drewno to jedyny materiał, który nigdy nie wyszedł i nie wyjdzie z mody, pod warunkiem, że będzie to połączone z wysoką jakością wykonania. Drewno jako jeden z najbardziej naturalnych materiałów ma również tę zaletę, że idealnie współgra właściwie z każdym innym materiałem: zaczynając od kamienia, przez ceramikę, szkło, metal, na tworzywach sztucznych kończąc. Z jednej strony tworzy specyficzny kontrast, z drugiej potra-

fi wydobyć urok nietypowego zestawienia, podkreślając swój charakter. Drewno jak każdy naturalny materiał poddawać można renowacji, co może znacznie przedłużyć czas użytkowania. Podczas procesu renowacji można danemu produktowi tchnąć „drugie życie” poprzez zmianę koloru czy wykończenia.

**MMiA: W jakim kierunku podąża wzornictwo frontów drewnianych? Czy można mówić o pewnych wyróżnialnych trendach?**

**A. N.:** Ostatnio moda na naturalne materiały w naszej

przestrzeni sprzyja drewnu i pokazaniu jego naturalnej budowy. Oprócz bezbarwnych lakierów modne w ostatnim czasie są kolory ziemi na frontach oraz jasne wybarwienia, gdzie bardzo delikatnie przebiega usłojenie drewna.

Jak pokazały ostatnie targi w Mediolanie, cały czas królują naturalne, autentyczne materiały drewniane, w szczególności dęby, jesiony i sosny. Przenikanie się stylu klasycznego z nowoczesnym jest cały czas wyraźnie zauważalne. Bardzo nowoczesnym aranżacjom towarzyszą dodatki z naturalnego materiału, jakim jest drewno, np. masywne blaty przy wyspach kuchennych, drewniane akcesoria kuchenne itp. Meblom z frontami z klasycznego materiału, drewna i o klasycznej konstrukcji ramiakowi dodaje się nowoczesności poprzez kolor – jednobarwny, zimny – czy też zastosowanie systemu bezuchwytywego.

**MMiA: Czy produkujecie Państwo także wzory na zamówienie zgodnie ze specyfikacją klienta?**

**A. N.:** Nasza bogata oferta katalogowa nie ogranicza nas i produkujemy także wzory indywidualne, głównie dla większych kontrahentów. W ramach standardowej oferty, skierowanej do indywidualnych odbiorców, oferujemy niestandardowe rozwiązania, wymiary oraz kolorystykę, co jest dla nas ważną przewagą konkurencyjną.

**MMiA: Działacie Państwo na rynku prawie 25 lat, jak w tej chwili wygląda Państwa pozycja na rynku krajowym?**

**A. N.:** Nasza sieć dystrybucji na rynku oparta jest o hurtownie, studia mebli oraz stolarzy. Obecnie współpracujemy z około 300 podmiotami na terenie całego kraju. Ważną grupą są projektanci, z którymi zaczynamy budować coraz mocniejsze relacje. Oni są głównymi pomysłodawca-

mi dla klienta finalnego, jeśli chodzi o projekt. Staramy się ich wspierać i inspirować w zakresie wykorzystania naszej bogatej oferty produktowej oraz służyć doradztwem przy tworzeniu i realizacji jak najciekawszych projektów.

**MMiA: Czy istotne są dla Państwa także rynki zagraniczne, na których z nich udało się firmie Drempol zaistnieć? Czy rynki te posiadają pewne specyficzne uwarunkowania?**

**A. N.:** Duży udział naszego eksportu to rynek wschodni – gdzie są prawdziwi miłośnicy mebli z drewna w bardzo klasycznym i bogatym wydaniu. Rynek zachodni także odpowiada trendom na meble z drewna, natomiast w zupełnie innej formie, jeśli chodzi o wzory, także klasyczne, jak i sposób wykończenia. Tam bardziej modna jest natura i kolory ziemi oraz prostota lub klasycyzm, ale umiarkowany.

Nasze produkty eksportujemy do Rosji, Ukrainy, Kazachstanu, Uzbekistanu, na Węgry, Litwę, Łotwę, do Wielkiej Brytanii, Szwecji, Norwegii, Niemiec i wielu innych.

**MMiA: Jak obecnie kształtuje się sprzedaż frontów drewnianych, czy od-**

**czuwacie Państwo wpływ kryzysowych czynników makroekonomicznych na jej poziom?**

**A. N.:** Sprzedaż na ten moment odbywa się w miarę stabilnie. Kryzys nieznacznie wpłynął na drobne zaległości z płatnościami, szczególnie od kontrahentów zagranicznych. Mimo tego IV kwartał powinien być najlepszy w roku.

**MMiA: Jak Państwo oceniacie obecną sytuacją polskich przedsiębiorstw produkujących meble, jak będzie kształtować się rozwój branży?**

**A. N.:** Jest różnie, część firm przeżywa kryzys, część podjęła trud przebudowy swojej oferty produktowej, trzymamy za nie kciuki, bo są one także odbiorcami naszych produktów. Myślę, że przyszłość należy do tych organizacji, które:

- nadążają za trendami wzorniczymi,
- są nastawione na budowę własnej marki,
- nieustannie podnoszą sobie poprzeczkę jakościową nie tylko w obszarze produktu, ale również w obszarze obsługi klienta.

Wymagania klientów nieustannie ewoluują, co dynamizuje nasze działania.

**MMiA: Jakie macie Państwo plany na przyszłość?**

**A. N.:** Nasza firma stawia na najwyższą jakość produktów pod kątem wzorniczym, jak i technologicznym. Rozpoczęliśmy trwały proces rozwoju i inwestycji, który pozwoli nam na realizację tych celów oraz mocne budowanie własnej marki. Na rynku pragniemy być inspiratorem i realizatorem w najśmielszych projektach zabudowy i mebli na zamówienie. Przez 25 lat doświadczenia zbudowaliśmy mocną ofertę produktową, która po latach jest jedną z najbogatszych, jeżeli chodzi o dany segment w swojej branży.

Obecnie jesteśmy w fazie stabilnego rozwoju i mierzymy do stworzenia takiej organizacji, która będzie stale dostosowywała się do zmieniającego się otoczenia rynkowego. Silnie poszerzamy naszą ofertę produktową i chcemy być odbierani jako wytwórca pięknych elementów do budowy mebli o najwyższej jakości wykonania. Chcemy stworzyć markę: „JAKOŚĆ DREWOPOLU”. Poza tym będziemy dążyć do zmiany postrzegania firmy Drempol przez klientów jako tylko producenta frontów kuchennych.

(jz)

