

Exportdrvo na europskim sajmovima u 2007. godini

Cilj izlaganja Exportdrva na europskim sajmovima jest putem polufinalnih i finalnih drvnih proizvoda prezentirati tehnološke mogućnosti hrvatskih drvoprerađivača, uspostaviti mehanizam konkurentnosti domaćeg proizvoda na zahtjevnom tržištu EU i u snažnoj međunarodnoj konkurenciji pozicionirati hrvatski drveni proizvod kao prepoznatljivu robnu marku.

Polufinalne drvene proizvode izlagali smo tradicionalno na Domotexu u Hannoveru, drugi put na Baumesse u Münchenu te prvi put na Swissbau u Baselu. Finalne drvene proizvode izlagali smo na sajmu SALON DU MUEBLE DE PARIS, gdje izlažemo više od 40 godina.

Tijekom godine planiramo nastupiti na još nekoliko strukovnih sajmova. Na sajmu graditeljstva BATIMAT (Francuska) i sajmu repromaterijala MADERALIA (Španjolska) izložiti ćemo razne vrste podova i ploče, dok ćemo s dječjim namještajem nastupiti na sajmu KIND & JUGEND.

Sajam BAUMESSE, München, od 15. do 20. siječnja 2007.

Njemačko je tržište najveće u Europi, u posljednje vrijeme izrazito ciklično, ali ne treba zaboraviti - i gospodarski generator EU. Tržište te regije traži kvalitetnu robu uz ponudu iz cijelog svijeta, poglavito zemalja Europe i Trećeg svijeta - Kine i istoka Europe. Uložili su velika sredstva u *outsourcing*, kombinirajući *loon* poslove s izravnim uvozom.

BAUMESSE je jedan od najvećih sajmova graditeljstva i opremanja koji se seže u sva područja pripreme, izgradnje te završnih radova. Kontakti ostvareni na prethodnom Münchenskom BAU rezultirali su i ovogodišnjim nastupom Exportdrva. Dodatni je razlog vidljiva stagnacija prisutnosti na njemačkom tržištu, kao i u cijeloj regiji, posljednjih deset godina, pa stoga odluka o sudjelovanju na ovakvom sajmu dobiva dodatno značenje.

Sajam je bio dobro posjećen, no logistika pripreme pomalo je proširila drveni segment, koji je zbog toga bio nedovoljno homogen i pristupačan. Koristeći se iskustvima Baumessea 2005, prezentirali smo parkete različitih izvedbi (mozaik, klasični, gotovi), širinski lijepljene ploče za gazišta i K/C ploče za ploče stolova i furnire. Najveće zanimanje posjetitelja privukli su par-



keti svih vrsta, što se moglo i očekivati, manje zanimanje privukli su furniri, rezani ili piljeni, a zatim i lijepljene ploče. Komparativne su prednosti hrvatskih proizvoda prije svega kvaliteta sirovine, blizina tržišta i kvalitetna prerada. Hrvatska drvena industrija nakon poratne stagnacije doživljava uzlet, poglavito u polufinalnim, a zatim, sve više, i u finalnim proizvodima. Ulaškom u EU komparativne prednosti našeg prostora, uz našu tradiciju, doći će još više do izražaja. Objektivno, konkurencija svakim danom jača zbog navedenog *outsourcinga*, te lokalnih ulaganja u tehniku, a zatim i





zbog osjetnije prisutnosti Kine i dalekoistočnih proizvođača. Naša je prednost naša blizina i kvaliteta sirovine te dugogodišnja tradicija. Međutim, potrebno je svakako poraditi na kvaliteti obrade i rokovima, a posebno na *imageu* i *brandu* hrvatskoga drvnog proizvoda.

Sajam DOMOTEX, Hannover, od 13. do 17. siječnja 2007.

Sajam parketa DOMOTEX 2007. bio je nešto slabije posjećen nego godinu prije toga, što je razumljivo jer se istodobno u Münchenu održavao BAU, pa su izlagači, kao i posjetitelji, bili podijeljeni u odabiru sajma. Exportdrvo već tradicionalno izlaže na Domotexu, što je posljednjih godina rezultiralo prepoznavanjem imena Exportdrvo i branda - drveni podovi *made in Croatia*.

Od izložaka možemo spomenuti mozaik parket 160 mm (različitih izvedbi: engleski vez, paralel, riblja kost), *multipleks* pod 14 mm i 18 mm od različitih vrsta drva i različitih načina obrade gornjeg sloja (četkano, lakirano, uljeno), klasični parket i gotov parket 2200 x 206 x 13,5mm.

I ove je godine lider na tržištu hrast, sadržan u svim vrstama proizvoda - od masiva do troslojnoga i dvoslojnog parketa privukao je najveće zanimanje kupaca. U usporedbi s proteklom godinama, zanimanje za seljački pod ove je godine bilo nešto manje, dok se mnogo upita odnosilo na mozaik parket i gotovi parket (Karlovac). Objašnjenje je u povećanju izvoznog poreza u Kini za 15%, što rezultira višom izvoznom cijenom kineskih gotovih podova. U skladu s novonastalom situacijom na tržištu, kupci koji su dosada bili usmjereni

na cjenovno niži razred kineske robe, sada ispituju europsko tržište radi usporedbe cijene, ali i kvalitete i kvantitete, u odnosu prema kineskim proizvodima i njihovim nedostacima (plaćanje unaprijed, nema konstante u kvaliteti itd.). Novonastala bi situacija mogla otvoriti mogućnosti većeg prodora hrvatskog parketa na tržište EU, ali povećanje cijene naših sirovina (hrasta), o kojemu se govori, nameće pitanje koliko ćemo se moći nositi s konkurencijom iz Azije jer ponovno ulazimo u cjenovni raskorak.

Iznenadujuće malo upita bilo je o toplinski obrađenom ("termo") jasenu i bukvi. Prema informacijama koje smo dobili od proizvođača, razlog tome je u početku loša tehnologija, u sklopu koje se drvo nije ispravno obrađivalo, što je rezultiralo velikim brojem reklamacija. Naime, početna je prodaja prije nekoliko godina dobro krenula, ali se nekoliko mjeseci nakon prodaje drvo počelo „koritati“. Produkt loše tehnologije rezultirao je padom povjerenja kupaca i potrebno je vrijeme revitalizacije. Međutim, svi se slažu da taj proizvod ima budućnost.

Sajam SWISSBAU, Basel, od 23. do 27. siječnja 2007.

Swissbau je sajam građevinarstva regionalnog karaktera i širokog spektra, s naglaskom na opremi objekata (kuća i javnih objekata), koji se održava svake druge godine. Odlično organiziran, privukao je velik broj izlagača i posjetitelja iz šire regije, a najviše iz Francuske, Italije i Njemačke. Većina velikih švicar-



skih proizvođača i trgovaca podova bila je na sajmu u ulozi izlagača.

Exportdrvo je nastupilo prvi put, a kao jedini izlagači iz RH nastojali smo putem izložaka prezentirati tehnološke mogućnosti hrvatskih drvoprerađivača. S obzirom na to da je akcent izložaka bio na podnim oblogama, a manje na pločama, bili smo pozicionirani u hali 2.0, inače specijaliziranoj za podove. Izložili smo mozaik parket 160 mm različite izvedbe (engleski vez, paralel, riblja kost), klasični parket, *multipleks* pod 14 mm i 18 mm od različitih vrsta drva i različitih načina obrade gornjeg sloja (četkano, lakirano, uljeno), gotov dvoslojni parket 10/11 mm i gotov parket 2200 x 206 x 13,5 mm. Iz programa ploča predstavili smo ploče od domicilnih vrsta drva u različitim varijantama spajanja i različitim klasama, s naglaskom na širinski lijepljene ploče za gazišta i K/C ploče, koje se primjenjuju za ploče stolova.

U programu podova najveće je zanimanje iskazano za gotovi i lamel parket različitih vrsta, a iz programa ploča - za ploče od hrastovine. Kontakata je bilo mnogo a upiti su u fazi obrade. Za mjesec-dva očekujemo povratne informacije, pa ćemo moći ocijeniti koliko je naš prvi nastup na sajmu bio uspješan.

Sajam SALON DU MUEBLE DE PARIS, Pariz, od 20. do 25. siječnja 2007.

SALON DU MUEBLE DE PARIS sajam je na kojemu Exportdrvo tradicionalno izlaže već niz godina, a kao i prethodnih, i ove je godine bilo malo izlagača i posjetitelja. Međutim, francusko je tržište veliko, s mnogo mogućnosti, pa sajam ocjenjujemo značajnim jer to je prilika za upoznavanje sa situacijom na tržištu koje definira buduće smjernice razvoja proizvoda i tehnologije.

Na izložbenom prostoru Exportdrva bili su zastupljeni proizvođači namještaja finalnoga i polufinalnog sektora razvijenijih tehnologija i suvremenijih metoda obrade drva. Presjek proizvoda i usluga drvne industrije Hrvatske prezentiran je elementarnim, a ipak različitim izloščima: od korpusnog namještaja, stolova, stolaca, ojastučenog namještaja te poluproizvoda s tendencijom kooperacije (INPO grupa - garnitura za blagovanje s komodom - hrast, rustika; Javor Križevci - garnitura za blagovanje s komodom - hrast, suvremenijih linija; Guberac Sisak - garnitura za blagovanje s komodom - jelovina, patinirana bijelo, provansalski stil, replika; DI Vrbovsko - ambijentalni namještaj namijenjen opremi objekata; Oriolik - ležaj klik-klak s tabureom i stolićem, grupa stolaca različitih proizvođača).

Tradicionalni i rustikalni stil izveden od hrastovine, hrvatski je namještaj kojemu na francuskom tržištu pripisuju srednju kategoriju i čvrsto je pozicioniran bez



obzira na jaku konkurenciju iz Poljske, Rumunjske i Kine. Ocjenjujući naš položaj na tom tržištu, možemo reći da je stabilan, a eventualno proširenje poslova u mnogočemu je ograničeno, ponajviše našim tehnološkim mogućnostima. Naime, sve su češći zahtjevi za višim fazama obrade, za što je u nas osposobljen vrlo mali broj proizvođača. Postavlja se pitanje: Što sutra za nas znači prerada drva, kako toj grani pomoći da se razvija i prati razvojne trendove? U suprotnome je neizbježan sve veći raskorak između zahtjeva tržišta i naših mogućnosti.

Exportdrvo na području Francuske aktivno surađuje s osamdesetak kupaca, a ta suradnja ima i tendenciju rasta. Većinski udio pripada grosistima koji se koriste našim elementima u izradi i površinski finiširaju proizvod. Osim korpusnog namještaja, stolova i stolaca, važno mjesto imaju kuhinjske fronte i vrata izrađena od masivne hrastovine. Strategija vanjskotrgovinskih aktivnosti Exportdrva na francuskom je području usmjerena na jačanje i širenje trgovačke mreže i daljnji rast prodaje namještaja, s većim udjelom finalne obrade.

U sklopu izložbenog prostora Exportdrva ove je godine izlagala i Hrvatska gospodarska komora, koja je promotivnim materijalima prezentirala gospodarsku i turističku branšu Hrvatske.

Visok deficit vanjske trgovine u Hrvatskoj nastao je općim zanemarivanjem jednoga od vodećih resursa hrvatskoga gospodarstva - drvne industrije. Jačanje izvozne orijentacije trebalo bi se temeljiti na egzaktnoj viziji vanjskotrgovinskih aktivnosti, kvalitetnim ciljanim investicijama, ulaganju u suvremene tehnologije, razvoju hrvatskog dizajna i stručnoj edukaciji. Europsko je gospodarstvo pod utjecajem globalizacije postalo otvoreno, fleksibilno i integrirano. Tehnološki napredak, stručno osposobljavanje te slobodno kretanje rada i kapitala postali su generator njegovog rasta. Isti su čimbenici važni i za Hrvatsku radi jačanja nacionalne konkurentnosti, u kojoj svakako sudjeluje i drvni proizvod, koji treba i prepoznati kao strateški važan.

Jadranka Vovk Jakovac