

Warszawa, 8 stycznia 2016 roku.

Jan Szynaka
Prezes
Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej
Producentów Mebli

Szanowny Pan
Mateusz Morawiecki
Wicepremier
Minister Rozwoju
Ministerstwo Rozwoju

Szanowny Panie Premierze,

Jako Prezes Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli chciałbym przekazać Panu Premierowi najważniejsze informacje o polskiej branży meblarskiej, a także uwypuklić istotne dla polskich producentów mebli zagadnienia, w tym także zagadnienia przedstawione na spotkaniu w Warszawie w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów w dniu 8 stycznia 2016 roku.

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli działająca nieprzerwanie od 1996 roku reprezentuje interesy około 24 000 polskich przedsiębiorstw meblarskich, zatrudniających blisko 160.000 osób. Polska branża meblarska dzisiaj to lider w produkcji mebli na arenie międzynarodowej (zajmujemy 4 miejsce w światowym rankingu eksporterów mebli oraz 7 miejsce w światowym rankingu producentów mebli), generując przy tym około 30 mld złotych dodatniego salda wymiany zagranicznej, które jest najwyższe spośród wszystkich branż polskiej gospodarki. Ponadto produkcja mebli w Polsce jest istotną częścią gospodarki, o znaczeniu większym niż ma to miejsce przeciętnie w Unii Europejskiej. Branża meblarska w 2014 r. była czterokrotnie bardziej istotna dla polskiej gospodarki niż dla średniej w Unii Europejskiej.

Wartość produkcji mebli w 2014 roku osiągnęła poziom 36,4 mld zł (według GUS, łącznie z firmami mikro) natomiast według szacunków wartość produkcji mebli w 2015 r. będzie bliska 40 mld złotych, co stanowić będzie kolejny rekord. O sukcesie branży meblarskiej świadczyć również mogą dane na temat eksportu. Eksport mebli z Polski w 2013 r. stanowił 5,8% globalnego obrotu meblami - to najwyższy udział spośród wszystkich branż polskiej gospodarki. Meble to czwarta największa grupa towarów eksportowanych z Polski. Eksport mebli z Polski w 2014 roku zwiększył się o 13 proc. i wyniósł 8,1 mld euro. Według szacunków w 2015 r. wartość eksportowanych mebli będzie kolejny raz rekordowa i wyniesie 8,6 mld euro.

Jak wspomnieliśmy na wstępie polski przemysł meblarski należy do ścisłego grona liderów produkcji i eksportu mebli na świecie. Dane statystyczne wskazują, że w ostatnich latach w rankingu producentów awansowaliśmy z 10 miejsca na świecie na pozycję 7, a wyprzedzają nas tacy giganci jak Chiny, Stany Zjednoczone, Niemcy, Włochy, Indie i Japonia (według dostępnych danych za rok 2012). O znaczeniu polskiej branży meblarskiej w kontekście światowym mówi wysokie miejsce w rankingu wartości (11,12 mld USD) i wolumenu (3,22 mln ton) eksportowanych mebli w 2014 r., co daje Polsce odpowiednio 4. i 2. miejscu w ujęciu wartościowym i wolumenu eksportowanych mebli.

Pomimo rekordowych wyników produkcja meblarska to obszar ciągłych wyzwań, wśród których należy wymienić:



- rozwinięcie systemowej współpracy z rządem RP w celu budowy dużych, silnych i rozpoznawalnych marek polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych;
- rozwinięcie mechanizmów badania i rozwoju w celu budowy mocnych marek meblowych poprzez tworzenie wartości dodanej do mebli;
- rozwój kapitału ludzkiego poprzez rozwój kształcenia zawodowego i promocji meblarstwa jako stabilnego i atrakcyjnego sposobu na życie,
- stabilność zaopatrzenia w surowce i materiały do produkcji.

1. Promocja gospodarcza polskiego meblarstwa.

Z pozytywnymi efektami zrealizowany został w Branżowy Program Promocji w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Zdaniem przedsiębiorców uczestniczących w BPP program ten należy kontynuować z jeszcze większym wsparciem finansowym, gdyż według ekspertów efekty promocyjne będzie widać w sposób wymierny dopiero w perspektywie około 10 lat. Idea Branżowego Programu Promocji posiada poparcie całej polskiej branży meblarskiej, zwłaszcza w kontekście działań realizowanych na rozwiniętych rynkach europejskich. Dlatego też z dużą satysfakcją przyjęliśmy decyzję o zaliczeniu branży meblarskiej do grona branż kluczowych i tym samym objęcia jej wsparciem z programów 3.3.2 oraz 3.3.3 POIR. Jednakże efekt promocyjny, a w konsekwencji efekt wzrostu wartości eksportu mebli oraz wartości dodanej, których znaczną część będziemy mogli kierować na badania i rozwój tworząc również lepsze miejsca pracy będzie bardzo trudno osiągnąć jeśli w programie promocji zabraknie firm dużych. To właśnie ta grupa firm w naszych warunkach odpowiedzialna jest za dyfuzję innowacji oraz posiada niezbędny potencjał aby wspólnie z firmami średnimi i małymi przygotować na wysokim poziomie wystawy eksportowe. Tak zwane kotwice medialne w formie ekspozycji na najważniejszych, w ujęciu globalnym i europejskim, targach w Mediolanie, Kolonii i Poznaniu są w naszej opinii niezbędne do budowania w świadomości odbiorców, z wytypowanych krajów, w tym także poza unijnych wizerunku polskiej gospodarki jako europejskiego miejsca wytwarzania towarów o najwyższej jakości. Dlatego też konieczne wydaje się opracowanie programów krajowych, które zoptymalizują oczekiwane efekty promocyjne poprzez dołączenie do grupy MŚP również firm dużych.

2. Branża meblarska powinna być traktowana, jako osobny sektor.

Szerokość oferty produktowej sektora meblarskiego i złożoność stosowanych technik i technologii produkcyjnych powodują, że utożsamianie branży meblarskiej z sektorem leśno-drzewnym, co bardzo często ma miejsce, niekorzystnie odbija się na wypracowaniu właściwej, przygotowanej 'na miarę' strategii rozwojowej polskiego sektora meblarskiego i znaczącej roli miejsc pracy w tym sektorze dla polskiej gospodarki.

3. Na poziomie krajowym jak i UE, polityczne wsparcie dla konkurencyjności sektora meblarskiego (i innych kreatywnych sektorów) i utrzymanie miejsc pracy w tym sektorze jest koniecznością.

Branże kreatywne, jak branża meblarska, dają znaczącą pulę miejsc pracy w polskiej oraz unijnej gospodarce i jednocześnie są w stanie wypracować wysoką wartość dodaną, dlatego powinny być uwzględniane w priorytetach polityki przemysłowej Unii Europejskiej na równi z przemysłami wysokich technologii. Tym bardziej, że sektory kreatywne są licznie reprezentowane w Polsce, a produkujące zaawansowane technologie niekoniecznie. Osiągnięcie ambitnego celu Unii Europejskiej – 20% udziału przemysłu w unijnym PKB do roku 2020, przy równoczesnej kontynuacji negatywnych tendencji w sektorach kreatywnych (od kryzysu 2008 r. unijny przemysł meblowy stracił 250 tys. miejsc pracy), jest obciążone dużym ryzykiem.

4. Bliska współpraca Instytucji Rządowych (w tym głównie Ministerstwa Rozwoju i Ministerstwa Środowiska) z Instytucjami Otoczenia Biznesu (w tym głównie z Ogólnopolskimi Izbami Gospodarczymi).



Tego typu bliska współpraca daje sektorowi możliwość przedstawienia problemów nurtujących polski przemysł meblarski, a stronie rządowej możliwość konsultacji różnego rodzaju propozycji adresowanych do branży meblarskiej. Wspólne omówienie powyższych kwestii jest niezwykle ważne i daje jasny sygnał, że wszyscy razem, zarówno przedstawiciele administracji jak i przedstawiciele sektora prywatnego mają wspólny cel jakim jest rozwój gospodarczy naszego kraju i branży meblarskiej. Dlatego też naszym zdaniem konieczne jest w najbliższym czasie powołanie Międzyresortowego Zespołu z udziałem przedstawicieli przemysłu meblarskiego, którego zadaniem byłoby rozwiązywanie różnorodnych problemów w tym ważnym sektorze polskiej gospodarki z korzyścią dla jego wszechstronnego rozwoju.

5. Opodatkowanie tzw. wielkopowierzchniowych punktów sprzedaży detalicznej.

Jako Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli uważnie śledzimy zapowiedzi Rządu dotyczące opodatkowania tzw. wielkopowierzchniowych punktów sprzedaży detalicznej. W związku z tym, że część polskich przedsiębiorstw meblarskich posiada własne salony meblowe z dużym niepokojem przyjęliśmy informację o planowanym podatku od tzw. wielkopowierzchniowych punktów sprzedaży detalicznej. Meble w celu ich właściwej prezentacji wymagają określonej przestrzeni, a co za tym idzie zazwyczaj salony meblowe posiadają powierzchnię przekraczającą zakładane 250 m². Naszym zdaniem ustawa w proponowanym brzmieniu - a szczególnie jej wariant z obowiązkowym 2% podatkiem obrotowym niezależnie od wielkości punktu ani wielkości przychodów są bardzo groźne dla przyszłości rodzimych przedsiębiorstw meblarskich prowadzących własne punkty sprzedaży. Pomimo tak dobrych wyników osiągniętych przez sektor meblowy rentowność firm nie jest wysoka, a zatem kolejny podatek może spowodować pogorszenie kondycji polskich firm meblarskich. Ponadto należy tu zaznaczyć, że popyt krajowy na meble jest mocno ograniczony, a przy tak dużej ilości przedsiębiorstw meblarskich o każdego klienta trzeba mocno walczyć. Jeżeli dołożymy do tego powszechne promocje cenowe i nacisk ze strony konsumentów na coraz większe rabaty oraz konkurencję ze strony sklepów internetowych (które nie zostaną obciążone takim podatkiem), proponowany podatek może dodatkowo skomplikować tę sytuację (może to doprowadzić w konsekwencji do spadku obrotów generowanych przez branżę meblarską, a co za tym idzie do zmniejszenia wpływów do budżetu Państwa z tytułu podatków, zmniejszenia zatrudnienia w przedsiębiorstwach itp.). Co należałoby dodatkowo podkreślić, objęcie tego typu podatkiem również salonów meblowych może w konsekwencji prowadzić do rozwoju tzw. „czwartego sektora”, czyli sprzedaży detalicznej realizowanej przez podmioty nieplacące żadnych podatków, który zaczyna stanowić poważną konkurencję dla firm działających zgodnie z zasadami prawa.

Podsumowując, jako Prezes Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli w jej imieniu oraz własnym deklaruję wszelkie niezbędne wsparcie i zaangażowanie w realizację powyższych zagadnień.

Łączę wyrazy szacunku

Jan Szynaka

**Prezes Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej
Producentów Mebli**

Do wiadomości:

Pan Paweł Szalamacha – Minister Finansów

Pan Henryk Kowalczyk – Minister, Członek Rady Ministrów