

# MEBLE NEWS NEWS NEWS



# W NUMERZE

## WYWIAD

Skuteczne konkurowanie na rynkach światowych / **str. 4**

## STATYSTYKA

Czy aktualnie realizuje się scenariusz spowolnienia gospodarczego? / **str. 6**

## INFORMACJE

Meblarze mają swojego przedstawiciela w Radzie ds. Przedsiębiorczości / **str. 8**

Podnoszenie kwalifikacji w meblarstwie / **str. 9**

Alternatywa dla ubezpieczeń zawieranych w komercyjnych zakładach ubezpieczeń / **str. 10**

Memorandum o wzajemnym zrozumieniu / **str. 13**

Jedna z największych inwestycji typu greenfield w Polsce / **str. 14**

Polskie meble na targach w USA / **str. 15**



Ul. Obywatelska 26/2a

02-409 Warszawa

Tel.: 22 245 19 20

[www.oigpm.org.pl](http://www.oigpm.org.pl) [1]

[www.meble.org.pl](http://www.meble.org.pl) [2]

[oigpm@oigpm.org.pl](mailto:oigpm@oigpm.org.pl)

### Prezes

Jan Szynaka

### Wiceprezesa

Ewa Ratajczak

Stefan Tkaczyk

### Wydawca:



**INWESTOR**  
wydawnictwo

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

[www.wydawnictwoinwestor.pl](http://www.wydawnictwoinwestor.pl)

[info@wydawnictwoinwestor.pl](mailto:info@wydawnictwoinwestor.pl)

### Prezes

Zbigniew Owsiak

### Wiceprezes

Rafat Sidor

### Redakcja

Małgorzata Gackowska

na podstawie materiałów OIGPM

### Korekta

Sylwia Wojtanowska

### Dział DTP

Katarzyna Łukowicz

### Redakcja Meblarstwo - Komponenty i Technologie

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 58/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

[www.meblarstwo24.pl](http://www.meblarstwo24.pl)



PIOTR KUBOSZEK, EKSPERT IT

---

### Szanowni Państwo,

---

W czerwcu, w Olsztynie, odbyła się konferencja „Przemysł drzewno-meblarski na Warmii i Mazurach – perspektywy inteligentnej specjalizacji”. Z uwagi na posiadane kwalifikacje i doświadczenie zostałem zaproszony do moderowania grupy warsztatowej pt. „Czy automatyzacja i cyfryzacja jest rozwiązaniem na problemy kadrowe branży drzewno-meblowej?”. Planowany warsztat był jednym z punktów programu wśród wykładów na różne tematy związane z branżą meblarską – od budowy marki, poprzez nowinki maszynowo-informatyczne, na zachowaniu się w różnych krajach i dizajnie kończąc.

Odpowiedź na zadane powyżej pytanie: „CZY” jest retoryczna. Jasne, że tak! Ale jakie, w takim razie, istnieją problemy związane z wdrożeniem automatyzacji i cyfryzacji? Jest ich wiele, ale warto wyróżnienia są między innymi: niski poziom edukacji potencjalnych pracowników, niewystarczające przygotowanie szkół zawodowych i wyższych do kształcenia nowoczesnej kadry, stare przedmioty i sposoby prowadzenia zajęć, brak nowoczesnych maszyn i urządzeń, brak oprogramowania CAD/CAM i optymalizacyjnego w szkołach, brak chęci nauczycieli do doszkalania się – to, moim zdaniem, główne przeszkody w procesie innowacyjności.

Kolejną przeszkodą w podjęciu decyzji o wdrożeniu automatyzacji i cyfryzacji jest niska świadomość możliwości usprawnienia pracy przez właścicieli bądź zarządzających firmami. Brak czasu, wiedzy, niechęć do wydawania pieniędzy na coś, czego potencjalnie nie widać – mowa o systemach informatycznych, brak kadry do wdrażania systemu – to główne przeszkody w rozwoju firmy.

Na początku warsztatu zazaczyłem, iż na pytanie: „Czy automatyzacja i cyfryzacja jest rozwiązaniem na problemy kadrowe branży drzewno-meblowej?” bez wahania odpowiedziałem: „TAK”. Ostatecznie moje kilkunastoletnie doświadczenie podpowiedziało mi zupełnie co innego, a dodatkowo potwierdzili mi to wszyscy uczestnicy warsztatu. Z ponad 50 uczestników sympozjum w wykładzie o automatyzacji i cyfryzacji udział w sesji wzięły tylko 2 osoby.

Zatem odpowiadając na pytanie: „Czy automatyzacja i cyfryzacja jest rozwiązaniem na problemy kadrowe branży drzewno-meblowej?” z pełną stanowczością odpowiadam: „NIE!”. Dlaczego? Gdyż nie myśli się o tym i nie przykłada się wagi do faktu, iż nasze/Państwa firmy mogą być zarządzane lepiej, taniej, szybciej, błyskawicznie obsługując klienta, wygrywając czasem. Wszyscy uczestnicy przywołanej wcześniej konferencji uczestniczyli równolegle w warsztatach o zupełnie innej tematyce: dizajn i eksport na nowe rynki. Wydzwięk dzisiejszego przywitania Państwa w biuletynie nie jest wyrazem gorczy czy porzucenia prowadzonego tematu warsztatu. Jest to wyraz troski, że jeśli już zrobimy dizajn, to w jaki sposób chcemy wyprodukować meble, aby być konkurencyjnym? Kim chcemy to zrobić? Jak chcemy wypromować markę o wysokiej jakości produktu bez kadr i bez automatyzacji? Pytanie pozostawiam bez odpowiedzi, a Państwa zapraszam do refleksji.



GRUPA GALA COLLEZIONE

# SKUTECZNE KONKUROWANIE NA RYNKACH ŚWIATOWYCH

Doskonała organizacja, wysoka jakość produktów oraz umiejętność patrzenia w szerszej perspektywie na otoczenie i wyzwania, jakie stawiane są przed przedsiębiorstwem – to kluczowe czynniki sukcesu na zagranicznych rynkach, który to bez wątpienia osiągnęła Grupa Gala Collezione, o czym opowiada Krzysztof Kobus, członek zarządu ds. sprzedaży eksportowej.

🕒 Z KRZYSZTOFEM KOBUSEM ROZMAWIA MAŁGORZATA GACKOWSKA

**Meble News:** Grupa Gala Collezione przez lata wyrosła na krajowego lidera w produkcji mebli tapicerowanych. Proszę opowiedzieć, jak wyglądała Wasza droga do osiągnięcia takiego sukcesu na rynku krajowym.

**Krzysztof Kobus:** Jesteśmy marką, która w centrum zainteresowania stawia rodzinę. Naszą ambicją jest inspirowanie ludzi do tworzenia pięknej i komfortowej przestrzeni w swoich domach, która pozwala na przyjemny wypoczynek w gronie najbliższych. Tworzymy meble nowoczesne pod względem wzornictwa, funkcjonalne i różnorodne, które nadają wnętrzą niepowtarzalny, indywidualny charakter i które jednocześnie pozwalają na stworzenie przytulnego, centralnego miejsca w salonie, stanowiącego miejsce codziennych spotkań domowników i gości. Uważamy, że takie właśnie podejście jest kluczem do sukcesu w segmencie rynku, który obsługujemy. Jest mu podporządkowane działanie wszystkich czterech zakładów produkcyjnych, które tworzą obecnie Grupę Gala Collezione.

**Meble News:** W przypadku Grupy Gala Collezione można mówić również o dużym sukcesie na rynkach zagranicznych. Jakie znaczenie ma dla Was eksport?

**K.K.:** Eksport jest dla nas równie ważny jak sprzedaż krajowa. Jest to dla nas ciekawa i perspektywiczna alternatywa dla rynku krajowego. W ostatnich latach obserwujemy wzrost obrotów z krajami zarówno z Unii Europejskiej, jak i z innych części świata, a to w naszej opinii potwierdza potencjał dalszego rozwoju i możliwość zdobywania nowych segmentów odbiorców.



KRZYSZTOF KOBUS. FOT. GRUPA GALA COLLEZIONE



MEBLE PRODUKOWANE PRZEZ GRUPĘ GALA COLLEZIONE SĄ OBECNE NA WIELU RYNKACH ZAGRANICZNYCH. FIRMA NIE USTAJE W EKSPANSJI – W NAJBLIŻSZYCH LATACH PRZYGOTOWUJE SIĘ DO WIĘKSZEJ AKTYWNOŚCI NA PERSPEKTYWICZNYCH RYNKACH, JAKIMI SĄ STANY ZJEDNOCZONE AMERYKI PÓŁNOCNEJ ORAZ RYNKI AZJATYCKIE W SEGMENTIE PREMIUM. FOT. GRUPA GALA COLLEZIONE

**Meble News: Meble produkowane przez fabryki wchodzące w skład Grupy Gala Collezione eksportowane są do wielu krajów, zarówno tych z Unii Europejskiej, jak i spoza jej granic. Rynki zagraniczne wymagają szczególnego podejścia i przygotowania. W jaki sposób odbywa się to w Waszej firmie?**

**K.K.:** Każdy rynek, bez względu na to, czy mówimy tutaj o Polsce, o Unii Europejskiej, czy krajach spoza Wspólnoty, ma pewne cechy charakterystyczne i każdy wymaga odpowiedniego rozpoznania i przygotowania się do jego obsługi. Mamy tutaj do czynienia z odmiennymi wymaganiami jakościowymi i technologicznymi, z odmienną stylistyką czy upodobaniami w zakresie designu, a nawet funkcji, uznawanych za podstawowe lub stanowiące tzw. wartość dodaną dla klienta. W przypadku krajów spoza UE dochodzą jeszcze kwestie związane m.in. z procedurami celnymi oraz związanym z tym obrotem dokumentami. To sprawia, że obsługa klientów z tych krajów wiąże się nieodłącznie z potrzebą posiadania m.in. rozbudowanego zaplecza technologicznego, sprawności logistycznej oraz mocnego kompetencyjnie działu rozwoju.

**Meble News: W jaki sposób konkurujecie na zagranicznych rynkach? Co stanowi o Waszej przewadze?**

**K.K.:** Każdy producent ma swoją własną receptę na sukces w obszarze, w którym działa. Nasza strategia konkurowania na każdym, nie tylko zagranicznym rynku, polega na tym, by nie tyle pozyskać klienta, co dostarczyć mu produkt, z którego po zakupie będzie on w pełni zadowolony. Na to składa się wiele czynników – m.in. ciągle wsłuchiwanie się w potrzeby klientów i ich uwzględnianie w projektowaniu nowych kolekcji, utrzymywanie najwyższej jakości wykonania, stosowanie najlepszej klasy komponentów, projektowanie w nawiązaniu do najnowszych trendów w zakresie wzornictwa, a także ich samodzielne kreowanie. Niezwykle istotne jest również zachowanie dobrej obsługi posprzedażowej oraz świadczenie serwisu gwarancyjnego na odpowiednio wysokim poziomie, czyli blisko klienta, szybko, elastycznie i kompleksowo, przy jak najmniejszym zaangażowaniu jego czasu i uwagi.

**Meble News: Jednym z kluczowych fundamentów rynkowej pozycji jest mocna marka. Tymczasem polskim firmom i ich produktom, usługom i technologiom brakuje przede wszystkim światowej rozpoznawalności. Czy dotyczy to również Grupy Gala Collezione?**

**K.K.:** Rozpoznawalność marki jest czymś, co buduje się przez lata. Trudno oczekiwać, że uda się ją wypracować przez kilka miesięcy czy przez rok,

szczególnie jeśli budżet, jaki przedsiębiorca może przeznaczyć na taki cel, jest ograniczony. Nasza strategia zakłada długofalowe budowanie marki i jej rozpoznawalności na rynkach światowych. W naszej opinii ogromną rolę w tym zakresie odgrywają m.in. Międzynarodowe Targi Poznańskie, które są ważną areną promowania Polski jako miejsca, w którym warto robić zakupy meblowe.

**Meble News: Czy zatem można mówić o sile polskich mebli za granicą?**

**K.K.:** Bez przesadnej skromności możemy mówić o tym, że jesteśmy ważnym graczem na rynku. Polskie meble to szeroka i ciekawa oferta, w której ważnymi aspektami są wielowariantowość, szerokie możliwości personalizacji oraz elastyczność w dostosowaniu oferty do specyficznych wymagań klientów, wypracowana na podstawie doświadczeń z różnych krajów Europy różniących się stylistyką.

**Meble News: Jakie w takim razie są bariery wejścia na rynki zagraniczne?**

**K.K.:** Skuteczne konkurowanie na rynkach światowych wymaga doskonałej organizacji oraz umiejętności patrzenia w szerszej perspektywie na otoczenie i wyzwania, jakie stawia przed przedsiębiorcą. Do pokonywania barier wejścia potrzebne jest – prócz kompetencji zarządczych – posiadanie odpowiedniej wiedzy dotyczącej specyfiki działania danego segmentu, a przede wszystkim oczekiwania klientów. Rynek – bez względu na to, czy mówimy o Polsce, czy jakimkolwiek innym kraju – oczekuje dobrej jakości produktu w rozsądnej, uzasadniającej tę jakość cenie. Z tego powodu tak organizujemy proces produkcji, by najwyższa jakość była elementem charakterystycznym dla każdego etapu produkcji.

**Meble News: Wracając do naszego krajowego „podwórka”, nie możemy nie zapytać o Wasze członkostwo w Ogólnopolskiej Izbie Gospodarczej Producentów Mebli, w której szeregi niedawno wstąpiliście. Co Was do tego skłoniło?**

**K.K.:** Przede wszystkim widzimy głęboki sens w integracji firm działających w branży. Ma to znaczenie na co najmniej kilku płaszczyznach. Daje to szansę nie tylko na wymianę poglądów i doświadczeń, które pozwalają na rozwój własnego biznesu, ale także na łączenie pomysłów i kreowanie nowych inicjatyw, które pozwalają m.in. na budowanie mocnej i silnej marki mebli pochodzących z Polski.

**Meble News: Dziękuję za rozmowę.**

MEBLARSTWO W PIERWSZYM PÓŁROCZU 2019 R.

# CZY AKTUALNIE REALIZUJE SIĘ SCENARIUSZ SPOWOLNIENIA GOSPODARCZEGO?

Media szeroko alarmują nas, iż sprzedaż typowych polskich produktów eksportowych – samochodów i mebli – zdecydowanie wyhamowała. Wciąż jednak mamy na uwadze fakt, iż Polska od 2003 r. znajduje się w ścisłej czołówce światowych producentów mebli oraz jest największym pracodawcą w branży meblarskiej na terenie Unii Europejskiej. Pytanie, które zadają sobie wszyscy, to: jak spowolnienie wpłynie na branżę meblarską i drzewną?

 JOANNA GRUSZCZYŃSKA, PROJECT MANAGER, OIGPM

W Polsce w pierwszych dwóch kwartałach bieżącego roku trudno mówić o rozwoju produkcji półproduktów. Wzrost produkcji dotyczy jedynie płyt wiórowych – o 2,4% oraz płyt pilśniowych – o 1%. W przypadku pozostałych półproduktów odnotowany został spadek – największy w kategorii oklein – aż o 8,4%.

## Mniejsza produkcja, większe ceny

W dwóch pierwszych kwartałach 2019 r. największy wzrost produkcji – aż o 14,3% – dotyczył mebli drewnianych, w rodzaju stosowanych w kuchni. Największy spadek produkcji dotyczył zaś mebli drewnianych, w rodzaju stosowanych w sypialni, i wyniósł on 6,8%.

Według danych opublikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, w czerwcu 2019 r. wyprodukowanych zostało 305 000 mebli drewnianych, w rodzaju stosowanych w kuchni – niestety, oznacza to spadek w wysokości 24,06% w stosunku do analogicznego okresu w roku 2018, wtedy też wyprodukowane zostało 401 000 mebli tej kategorii. Optymistycznie też nie przedstawia się zestawienie tego okresu do maja 2019 r., kiedy to wyprodukowano ich 385 000. Ponadto według danych udostępnionych przez GUS – w lipcu 2019 r. ceny produkcji sprzedanej w porównaniu do czerwca 2019 r. wzrosły o 0,1%, natomiast w porównaniu do lipca 2018 r. – wzrosły o 0,6%. Poza tym w lipcu 2019 r. ceny produkcji sprzedanej mebli wzrosły o 0,3% w po-



## WOLUMEN PRODUKCJI PÓŁPRODUKTÓW

Półprodukt	Jednostka miary	I-VI 2018	I-VI 2019	I-VI 2019/2018
Tarcica ogółem	dam <sup>3</sup>	1 692,39	1 667,00	98,50
W tym iglasta	dam <sup>3</sup>	1 516,68	1 500,00	98,90
Sklejka, płyty fornirowe i podobne	dam <sup>3</sup>	5 533,46	5 622,00	101,60
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna	dam <sup>3</sup>	2 855,47	2 924,00	102,40
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m <sup>2</sup>	366 141,58	369 803,00	101,00
Okleiny	tys. m <sup>2</sup>	11 304,59	10 355,00	91,60

równaniu do lipca 2018 r., w stosunku do czerwca 2019 r. odnotowany został spadek w wysokości 0,2%. W świetle tych danych optymistycznym jest fakt, iż w czerwcu 2019 r., w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku, ceny produktów w kategorii meble, artykuły dekoracyjne, sprzęt oświetleniowy wzrosły o 1,3%.

Niemniej należy pamiętać, iż przez ostatnie lata branża meblarska osiągała corocznie kolejne rekordy pod względem wolumenu wyprodukowanych produktów oraz osiągała corocznie rosnące wyniki sprzedaży zarówno krajowej, jak i zagranicznej.

Przypominamy także, iż około 90% mebli produkowanych w Polsce jest eksportowanych. Wskaźnikiem, od którego zależy sprzedaż mebli w Polsce, jest koniunktura w mieszkalnictwie – a na uwadze należy mieć fakt, iż aktualnie wyhamowany jest wzrost w pozwoleniach na budowę.

### Mniejsze zatrudnienie, większe płace

Aktualne dane dotyczące przeciętnego miesięcznego zatrudnienia w branży meblarskiej nie są już tak optymistyczne jak przez ostatni okres czasu – w pierwszym kwartale 2019 r. wzrosło ono jedynie o 0,7%, zaś w przypadku produkcji drewna, korka, słomy i wikliny – o 1,9%. Jednocześnie w tym samym okresie nastąpił wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w branży meblarskiej o 8,2%, a w branży drzewnej – o 7,5%.

Pomimo wzrostu wynagrodzeń wskazuje się, iż polscy producenci w dalszym ciągu borykają się z problemem braku wykwalifikowanego personelu oraz wyzwaniem, które stawia przed nimi czwarta rewolucja przemysłowa. Przedsiębiorstwa wciąż poszukują rozwiązań, które pozwolą na zbilansowanie okresowego obłożenia produkcji przy użyciu dostępnych zasobów kadrowych, materiałów oraz infrastruktury.

#### WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI

Wyroby	Jednostka miary	I-VI 2018	I-VI 2019	I-VI 2019/2018
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. sztuk	9 176,88	9 131,00	99,5
Meble do siedzenia przekształcane w miejsca do spania	tys. sztuk	1 809,76	1 817,00	100,4
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. sztuk	2 186,35	2 499,00	114,3
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. sztuk	3 373,39	3 144,00	93,2
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach sypialnych i salonach	tys. sztuk	15 385,60	15 601,00	101,4

#### PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO W ZŁOTÓWKACH W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ

Rodzaj produkcji	I-III 2018	I-III 2019	I-III 2019/I-III 2018
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	3 547,52	3 813,58	107,50
Produkcja mebli	3 602,53	3 897,94	108,20

#### PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ I DRZEWNEJ

Rodzaj produkcji	I-III 2018	I-III 2019	I-III 2019/I-III 2018
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	tys. 98,14	tys. 100,00	101,90
Produkcja mebli	tys. 161,77	tys. 162,90	100,70

#### PRZEDSIĘBIORSTWA, W KTÓRYCH LICZBA PRACUJĄCYCH PRZEKRACZA 49 OSÓB, WEDŁUG PRZECIĘTNEGO MIESIĘCZNEGO WYNAGRODZENIA BRUTTO W WYBRANYCH SEKCJACH I DZIAŁACH W I KWARTALE 2019 R.

Wyszczególnienie	Ogółem	O wysokości przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w zł					
		Do 2100,00	2100,01 - 3000,00	3000,01 - 4000,00	4000,01 - 5000,00	5000,01 - 6000,00	6000,01 i więcej
A-liczba jednostek B-udział zatrudnionych w ogółem %							
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	a b	7 0,60	132 22,40	117 28,40	66 32,60	20 11,30	4 4,80
Produkcja mebli	a b	15 0,80	138 12,10	164 37,60	110 43,10	27 5,90	4 0,50



JAN SZYNAKA W RADZIE DS. PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

## MEBLARZE MAJĄ SWOJEGO PRZEDSTAWICIELA W RADZIE DS. PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Nominacja Jana Szynaki do Rady ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie Rzeczypospolitej Polskiej to wyróżnienie dla całej polskiej branży meblarskiej.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

10 maja 2019 r. została powołana Rada ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie Rzeczypospolitej Polskiej, która będzie pełniła funkcję doradczą przy Prezydencie Andrzeju Dudzie. Jej zadania skoncentrują się na zapewnieniu polskim przedsiębiorcom warunków do stabilnego rozwoju oraz kreowaniu i upowszechnianiu postaw przedsiębiorczych.

W skład Rady ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie RP weszło 18 osób. Z rąk prezydenta zaszczytną nominację odebrał także Jan Szynaka, prezes Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, prezes zarządu Szynaka Meble Sp. z o.o.

– Nominacja ta to ogromne wyróżnienie dla całej branży meblarskiej, bowiem prezes Jan Szynaka od kilkudziesięciu lat z powodzeniem łączy biznes z aktywnym udziałem w rozwoju i promocji polskiej gospodarki i polskiej branży meblarskiej w kraju i na świecie – mówi Michał Strzelecki, dyrektor Biura OIGPM. – Jesteśmy przekonani, że swoimi kwalifikacjami i profesjonalizmem wniesie ogromny wkład w działania powołanej instytucji.

Jan Szynaka ze swoją wiedzą i ogromnym doświadczeniem doskonale wpisuje się w idee przyświecające prezydentowi w trakcie powoływania Rady ds. Przedsiębiorczości.

– Zdecydowałem się ustanowić i powołać Radę ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie Rzeczypospolitej Polskiej, by przeanalizować sytuację



POWOŁANY DO RADY DS. PRZEDSIĘBIORCZOŚCI JAN SZYNAKA SWOIMI KWALIFIKACJAMI I PROFESJONALIZMEM MA SZANSE WNIĘŚ OGROMNY WKŁAD W DZIAŁANIA POWOŁANEJ INSTYTUCJI. FOT. OIGPM



RADA DS. PRZEDSIĘBIORCZOŚCI PRZY PREZYDENCIE RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ STANOWIĆ BĘDZIE FORUM KONSULTACYJNO-DORADCZE PREZYDENTA. FOT. OIGPM

polских przedsiębiorców – w aspekcie funkcjonalnym, ale przede wszystkim w aspekcie prawnym – powiedział prezydent Andrzej Duda na uroczystości powołania członków Rady.

Zdaniem prezydenta spotkanie praktyków, którzy na co dzień zajmują się biznesem i funkcjonują na rynku gospodarczym na różnych jego poziomach i w różnych branżach, z prawnikami i specjalistami z zakresu zarządzania przyniesie efekt w postaci dobrej debaty na temat sytuacji polskich przedsiębiorców, polskiego rynku gospodarczego i umożliwi przygotowanie propozycji różnego rodzaju rozwiązań, które ułatwią życie przedsiębiorcom. Powstałe rozwiązania mogą zdaniem prezydenta przynieść wiele korzyści.

– Za gotowość przystąpienia do takiej pracy z całego serca państwu dziękuję – mówił Andrzej Duda. – Jestem absolutnie przekonany, że jest ona Polsce i polskim przedsiębiorcom bardzo potrzebna. Reprezentujecie państwo (...) bardzo różne branże i specjalności. Ale przede wszystkim jesteście ekspertami – zarówno z uwagi na dorobek naukowy, specjalizacje, jak i z uwagi na to, że od lat zajmujecie się biznesem w swoich specjalnościach i jesteście w związku z tym ogromnie doświadczeni. Ten bagaż wiedzy, umiejętności i doświadczeń jest ogromny – pozwala patrzeć szeroko i dostrzegać właśnie to, co chcemy naprawiać, co chcemy wprowadzić, bo jest potrzebne.

Panu prezesowi Janowi Szynace serdecznie gratulujemy i życzymy wielu owocnych spotkań, pozwalających wypracować wspólne kierunki wsparcia i rozwoju polskich przedsiębiorstw, w tym polskiej branży meblarskiej.





PROJEKTY EDUKACYJNE

# PODNIOSZENIE KWALIFIKACJI W MEBLARSTWIE

Aktualnie Ogólnopolska Izba Gospodarcza realizuje dwa projekty – FLAME, którego celem jest zdobycie kompetencji językowych z zakresu branży meblarskiej oraz DITRAMA, który z kolei ma pomóc w rozwoju ścieżki szkoleniowej menedżera transformacji cyfrowej: jednego z najbardziej wymaganych zawodów przyszłości, pożądanego przez firmy przemysłu meblarskiego.

 OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Od paru lat mówi się, iż mamy do czynienia z transformacją cyfrową. Bieżący rok jest kontynuacją tego trendu. Nie zmienia się także fakt, iż przemysł meblarski ulega przemianom i wciąż dotknięty jest specyficznymi zagrożeniami. W dalszym ciągu, mimo nakładów pracy i wysiłków, istnieje duża konkurencja ze strony krajów charakteryzujących się tańszą siłą roboczą. Nasza siła robocza się starzeje, a sektor meblarski wciąż zdaje się być nieatrakcyjny dla młodych ludzi.

Dalszy rozwój branży meblarskiej możliwy jest poprzez rozpoczęcie transformacji i rozwój nowych technologii w całym łańcuchu wartości, wśród struktury Przemysłu 4.0. Zdaniem wielu przejście transformacji to jedyna droga, która pozwoli na przyciągnięcie do naszego sektora młodych talentów. Wciąż musimy pamiętać, że przedsiębiorstwa meblarskie w Europie mierzą się nie z brakiem technologii odpowiednich do ich procesów, lecz z trudnościami w odwzorowaniu technologii, które będą zintegrowane z dostępną infrastrukturą, a także we wprowadzeniu ogólnej strategii rozwoju technologicznego.

Seria wywiadów przeprowadzonych w europejskich przedsiębiorstwach działających w branży meblarskiej – w szczególności we Włoszech, Hiszpanii i Polsce – wymogła potrzebę skoncentrowania rozwoju infrastruktury technologicznej w przedsiębiorstwach w jednej liczbie, która wykracza poza podział obecnie istniejący pomiędzy menedżerem IT / menedżerem produkcji / menedżerem jakości. Powyższe stworzyło potrzebę realizacji projektu DITRAMA. Jego celem jest wyszkolenie profesjonalisty, który będzie w stanie przeprowadzić wprowadzanie technologii w procesach firmy (procesy wspomagające projektowanie, produkcję czy dystrybucję), poprzez kierunek respektujący know-how firmy i ogólną strategię jej rozwoju.

Wyzwania stojące przed branżą to nie tylko te związane z transformacją cyfrową. Na szczególną uwagę zasługuje także kwestia znajomości języków obcych, w tym zwłaszcza znajomość słownictwa zawodowego. W związku z powyższym OIGPM wraz z zagranicznymi partnerami realizuje projekt FLAME. Jego celem jest stworzenie szkolenia, które połączy ze sobą podstawową wiedzę z zakresu sektora meblarskiego oraz naukę języków obcych. Rezultatem wynikającym z realizacji projektu, który chcemy osiągnąć, jest zwiększenie atrakcyjności branży meblarskiej wśród mieszkańców Unii Europejskiej, wzrost ich umiejętności, które sprzyjać będą podniesieniu zatrudnialności wykwalifikowanych pracowników, a przede wszystkim jest to wzrost kompetencji językowych wśród profesjonalistów branżowych na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym.

Dodatkowo oczekujemy, iż projekt spowoduje wzrost mobilności (rozumianej jako umiejętność dostosowania się pracownika do wymogów rynku pracy poprzez gotowość do zmiany pracy, zawodu, doskonalenie i poszerzanie swoich kwalifikacji zawodowych) wśród pracowników sektora meblarskiego na poziomie europejskim. Produktem końcowym projektu będzie kurs online FLAME. Warty uwagi jest fakt, iż na terenie całej Unii Europejskiej nie istnieje szkolenie językowe, które koncentruje się na znajomości języka obcego związanego jedynie z branżą meblarską. Kurs integrować będzie technologie informatyczne i komunikacyjne, które ściśle wiążą się z transformacją cyfrową naszego sektora. Ponadto zaletą kursu będzie gra online, która wspomaga kursantów w procesie uczenia się – istnieją badania potwierdzające, iż gra jest najbardziej efektywnym i najskuteczniejszym narzędziem służącym uczeniu się (w porównaniu z tradycyjną nauką w klasie).

## ALTERNATYWA DLA UBEZPIECZEŃ ZAWIERANYCH W KOMERCYJNYCH ZAKŁADACH UBEZPIECZEŃ

W ostatnich miesiącach OIGPM podjęta we współpracy z brokerem ubezpieczeniowym PWS Konstanta działania mające na celu powołanie związku wzajemności członkowskiej dla przemysłu meblarskiego w ramach jednego z działających w Polsce TUW.

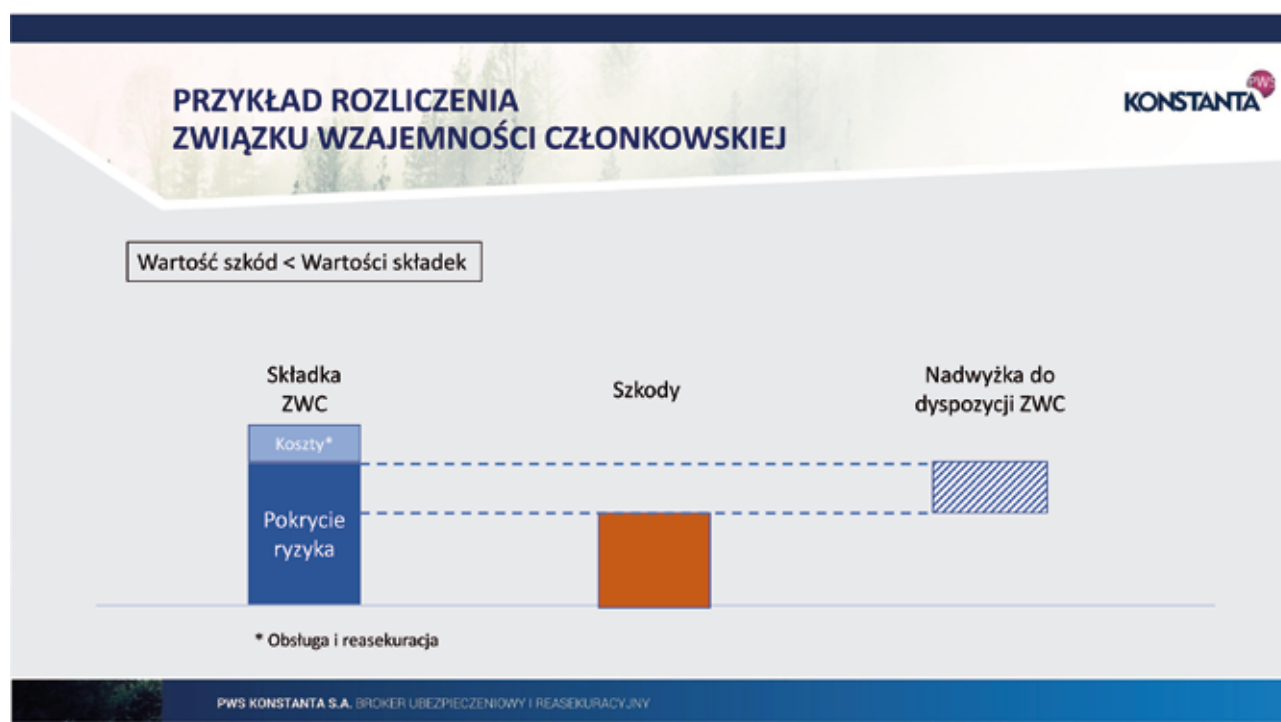
● JAROSŁAW PIECZKO, MENEDŻER PROJEKTU, PWS KONSTANTA S.A.

Branża meblarska z powodu wykorzystywanego surowca charakteryzuje się podwyższonym zagrożeniem pożarowym i wybuchowym. Powoduje to, że ubezpieczyciele komercyjni żądają wyższych stawek ubezpieczeniowych i wyższych udziałów własnych po stronie ubezpieczonego niż ma to miejsce w przypadku innych branż. Ponadto ubezpieczyciele wymagają posiadania przez klientów bardzo kosztownych systemów przeciwpożarowych i przeciwybuchowych.

Mimo że producenci mebli muszą płacić znacznie wyższe składki niż wynosi średnia w przemyśle, to niektóre z działających na polskim rynku zakładów ubezpieczeń w ogóle nie ubezpieczają producentów mebli. Powodem jest to, że statystycznie szkody w przemyśle meblarskim występują częściej i mają wyższą wartość niż w branżach zajmujących się przetwarzaniem mniej palnych materiałów. Ubezpieczyciele mają w związku z tym problem

ze zgromadzeniem składki w takiej wielkości, która by pokryła zdarzające się szkody.

W rezultacie branża ma dostęp do ograniczonej oferty ubezpieczenia, musi się również borykać z niestabilnością cen i warunków ubezpieczenia. Zdarza się, że po jednej szkodzie konkretny zakład ubezpieczeń wycofuje się, przynajmniej na jakiś czas, z oferowania ubezpieczeń wszystkim producentom i dystrybutorom mebli, nawet tym, którzy w ostatnich latach żadnych szkód nie mieli. Sytuacje takie występują najczęściej, gdy branża ubezpieczeniowa wchodzi w fazę rynku twardego. Występowanie takich cykli na rynku ubezpieczeniowym obserwujemy od wielu lat. Dotyczy to zresztą nie tylko ubezpieczeń od ognia – każdy, kto od lat ubezpiecza swój samochód, wie, że były lata, kiedy ubezpieczenie było względnie tanie, by przy kolejnym odnowieniu gwałtownie podrożeć, nawet jeśli nie miało się żadnych szkód komunikacyjnych.



W przypadku branży meblarskiej cykle na rynku ubezpieczeniowym odzwierciedlają się nie tylko we fluktuacjach cen, ale i w drastycznym ograniczeniu dostępności ubezpieczeń. Zdarza się i tak, że firma nie może uzyskać oferty wznowienia ubezpieczenia, mimo że w poprzednich latach dużo zainvestowała w systemy zabezpieczające, wymagane przez zakład ubezpieczeń. Powszechnym problemem jest także ograniczenie odpowiedzialności ubezpieczyciela z tytułu pożaru i wybuchu do kwoty stanowiącej ułamek wartości ubezpieczanych budynków, maszyn i urządzeń. Pamiętajmy, że polisa ubezpieczeniowa to nie jest podatek lub załącznik do wniosku o kredyt, którego przedłożenia żąda bank, lecz dokument, którego posiadanie pozwoli w przypadku wystąpienia takiego nieszczęścia jak pożar, odbudować zakład, wznowić działalność i utrzymać miejsca pracy. Jeżeli jednak w pożarze stracimy majątek o wartości 50 000 000 PLN, a ubezpieczyciel w polisie ograniczył swoją odpowiedzialność do 5 000 000 PLN, to takiego zakładu już raczej nie odbudujemy...

Alternatywą dla ubezpieczeń zawieranych w komercyjnych zakładach ubezpieczeń mogą być ubezpieczenia wzajemne. Koncepcja ubezpieczeń wzajemnych jest bardzo stara – pierwsze umowy ubezpieczeń morskich były ubezpieczeniami wzajemnymi. Przetrwiała jednak, mimo rozwoju w ostatnich 200 latach komercyjnych zakładów ubezpieczeń, i obecnie szacuje się, że ponad 55% ubezpieczycieli europejskich to ubezpieczyciele wzajemni. Również 6 z 10 największych ubezpieczycieli na świecie działa w tej formule. Współcześnie towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych są zwykle powoływane w celu zapewnienia ochrony ubezpieczeniowej trudnym ryzykom, które wymagają dostosowanego, elastycznego programu ubezpieczeniowego. W polskim prawie działalność towarzystw ubezpieczeń wzajemnych (Tuw) reguluje m.in. art. 38.1 Ustawy o działalności ubezpieczeniowej.

W przypadku Tuw – dzięki zbudowaniu odpowiednio dużego portfela klientów o podobnym profilu ryzyka – łatwiej jest uzyskać stabilność i przewidywalność warunków ubezpieczenia oraz lepsze ceny. Co jednak ważniejsze, członkowie Tuw mają znacznie większy wpływ na te warunki niż ma to miejsce w przypadku ubezpieczenia w zakładzie komercyjnym. To członkowie Tuw podejmują kluczowe decyzje odnośnie jego funkcjonowania, regulaminu, w tym o zasadach przyjmowania nowych członków, zwrotach, opłatach, rozliczeniach itp.

Wprawdzie regulamin Tuw przeważnie przewiduje konieczność dopłaty składki w ramach związku wzajemności członkowskiej w przypadku wysokiej szkodowości (związek wzajemności członkowskiej to jednostka organizacyjna w strukturze Tuw, zrzeszająca klientów z tej samej branży), ale maksymalna wysokość dopłat jest z góry określona w regulaminie, a dopłaty dotyczą jedynie tej części ryzyka, która nie jest objęta reasekuracją (czyli „ubezpieczeniem ubezpieczyciela”).

Warto dodać, że w latach niskiej szkodowości członkowie Tuw mogą liczyć na zwrot części zapłaconych składek, co dodatkowo zwiększa finansową atrakcyjność ubezpieczenia.

Działania mające na celu powołanie związku wzajemności członkowskiej dla przemysłu meblarskiego w ramach jednego z działających w Polsce Tuw, od kilku miesięcy są prowadzone wspólnie przez OIGPM oraz PWS Konstanta. W ramach prac przygotowawczych zbierane są m.in. informacje od członków Izby na temat wartości do ubezpieczenia oraz szkód w ostatnich 3 latach. Dzięki współpracy z Izbą i dzięki wykorzystaniu specjalistycznej wiedzy brokera, pochodzącej także z rynków zagranicznych, w krótkim czasie powstanie stabilne i korzystne cenowo rozwiązanie, które zapewni branży meblarskiej lepszą jakość usługi ubezpieczeniowej, wpływając pośrednio korzystnie także na jej konkurencyjność.

GŁÓWNE RÓŻNICE POMIĘDZY (TUW) A KOMERCYJNYM ZAKŁADEM UBEZPIECZEŃ

Towarzystwo ubezpieczeń wzajemnych	Komercyjny zakład ubezpieczeń
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klienci/członkowie Tuw są jednocześnie „właścicielami” towarzystwa</li> <li>• Zawarcie umowy ubezpieczenia jest możliwe po uzyskaniu członkostwa w Tuw i/lub w związku wzajemności</li> <li>• Działa na zasadzie non profit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klienci nie są właścicielami zakładu ubezpieczeń</li> <li>• Brak powiązania pomiędzy umową ubezpieczenia a strukturą właścicielską zakładu ubezpieczeń</li> <li>• Działa w celu osiągnięcia zysku, wypracowany zysk ma przynosić korzyści właścicielom/ akcjonariuszom</li> <li>• Ryzyko ubezpieczeniowe obciąża wyłącznie zakład ubezpieczeń, zły wynik finansowy obciąża akcjonariuszy</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspozycja na ryzyko ograniczona w ramach związku wzajemności członkowskiej – funkcjonuje system dopłat i zwrotów</li> </ul>	





EKSPANSJA ZAGRANICZNA

## POWODZENIE EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ, CZYLI JAK OPRACOWAĆ PRZEMYŚLANĄ STRATEGIĘ WEJŚCIA NA ZAGRANICZNY RYNEK

Prowadzenie firmy wiąże się z ciągłym poszukiwaniem optymalnych rozwiązań. O ile rozpoczęcie i ustabilizowanie swojej działalności na własnym, rodzimym podwórku duża część przedsiębiorców ma już za sobą, o tyle zrobienie kolejnego kroku w rozwoju i opracowanie przemysłanej strategii wejścia na rynek zagraniczny dla wielu może stanowić nie lada wyzwanie. Artykuł ten niech będzie więc inspiracją, jakie aspekty formalne warto wziąć pod uwagę celem przygotowania firmy na podbój zagranicznego rynku.

BARBARA DRESZER, RADCA PRAWNY, PRAKTYKA PRAWA SPÓŁEK, FUZJI I PRZEJĘĆ,  
KANCELARIA DOMAŃSKI ZAKRZEWSKI PALINKA SP.K.

### Spółka, oddział, a może przedstawicielstwo?

Mając zielone światło na prowadzenie działalności gospodarczej w danym sektorze gospodarki za granicą, każdy przedsiębiorca stanie przed decyzją, jaką formę prawną wybrać, aby móc bezpiecznie, efektywnie oraz zgodnie z prawem prowadzić biznes w obcym państwie. Poznanie uwarunkowań prawnych prowadzenia firmy w danym kraju jest więc kluczowe, aby zmaterializować swoją obecność za granicą.

Jednym z dostępnych rozwiązań może być założenie za granicą nowego podmiotu, np. spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (w Rumunii S.R.L. – Societate cu Răspundere Limitată, w Turcji Ltd. Sti Limited Şirketi, w Bułgarii OOD Дружество с Ограничена Отговорност) lub spółki akcyjnej, zgodnie z wymogami stawianymi przez prawo państwa obcego. W praktyce często warunkiem funkcjonowania na rynku o obcej specyfice (np. w obcych kulturowo krajach Bliskiego Wschodu) może okazać się podjęcie współpracy z lokalnym partnerem biznesowym z danej branży, poprzez wspólne zawiązanie nowego podmiotu lub w oparciu o kontraktową współpracę.

Za każdym razem warto również zbadać, czy prawo obcego państwa nie przewiduje restrykcji związanych ze statusem założycieli lub osób wchodzących w skład organów zarządzających spółek. Może się bowiem okazać, że w niektórych krajach dla zawiązania spółki konieczne jest zaangażowanie kapitału lokalnego, a w zarządzie nie mogą zasiadać wyłącznie obywatele obcego państwa.

W wielu krajach atrakcyjną alternatywą jest także prowadzenie działalności bez konieczności zawiązania nowego podmiotu. Wystarczy może bowiem otwarcie oddziału polskiej firmy, za pośrednictwem którego przedsiębiorca będzie sprzedawał swoje produkty lub usługi w danym państwie, bądź przedstawicielstwa, którego działalność w przeważającej większości



państw ogranicza się jedynie do reprezentowania interesów podmiotu na obcym rynku (np. wyłącznie w zakresie promocji lub reklamy).

### Pracownicy – oddelegowani czy lokalni?

Ważnym aspektem prowadzenia działalności za granicą są również kwestie zatrudnienia. Firma może funkcjonować w oparciu o pracowników oddelegowanych z Polski do pracy za granicą lub pracowników rekrutowanych lokalnie. Poznanie realiów rynku pracy w danym kraju jest kluczowe dla podjęcia decyzji w tym przedmiocie. Istotne jest więc określenie, jak przebiega proces rekrutacyjny, jak kształtują się kwestie uzyskania pozwoleń na pracę, jakie w danym kraju funkcjonują formy prawne zatrudnienia pracowników, jakie obowiązki nakładane są na pracodawców w związku z zatrudnieniem, a wreszcie – jakie są koszty pracy, w tym pensja minimalna oraz obciążenia publicznoprawne (podatki, ubezpieczenia) związane z zatrudnieniem.

W niektórych krajach kluczowe jest również zbadanie, czy przepisy prawa nie nakładają obowiązku zachowania odpowiedniego stosunku ilościowego pracowników – obywateli lokalnych do obcokrajowców. Przykładowo w Arabii Saudyjskiej firmy prywatne podlegają programowi „saudyzacji”, w ramach którego każdy typ prywatnej działalności podlega odpowiednim zasadom obliczania stosunku ilościowego pracowników saudyjskiego pochodzenia do obcokrajowców<sup>1</sup>.

Kwestie te wymagają solidnej i rzetelnej analizy, a ich uwieńczeniem może być opracowanie odpowiednich umów o pracę, zgodnie z wymogami państwa obcego oraz dopełnienie formalności publicznoprawnych, związanych z rejestracją pracodawcy oraz pracowników.

### Zachęty, ograniczenia, koszty

Doniosłymi czynnikami wpływającymi na decyzję o inwestycji w danym kraju są również dostępne dla przedsiębiorców ulgi lub zwolnienia podatkowe, możliwości bądź ograniczenia transferu zysku za granicę, obowiązki sprawozdawcze, a także koszty oraz długość przeprowadzenia procedur rejestracyjnych. Kwestie te zawsze należy brać pod uwagę podczas procesu decyzyjnego.

### Popieranie i ochrona inwestycji

Zwiększenie bezpieczeństwa prawnego inwestycji zagranicznych gwarantują również porozumienia międzynarodowe, m.in. dotyczące ochrony inwestycji. Polska jest stroną porozumień, w tym zawartych z krajami spoza Unii Europejskiej, zgodnie z którymi inwestycje podejmowane przez przedsiębiorców z zagranicy będą traktowane uczciwie i na równie korzystnych warunkach jak inwestycje przedsiębiorców krajowych w krajach będących stroną porozumienia. Sygnatariuszami takich porozumień są również kraje wschodnie, np. Kazachstan, Ukraina, Turcja, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

<sup>1</sup>por. „Arabia Saudyjska, Przewodnik po rynku”. Polska Agencja Inwestycji i Handlu SA, Warszawa, październik 2018.



Powodzenie ekspansji zagranicznej zależy od wielu złożonych czynników. Zasadniczymi są jednak przemyślna strategia oraz doświadczeni i zaufani doradcy, którzy przy udziale lokalnych specjalistów umożliwią podjęcie korzystnych decyzji biznesowych oraz ich bezpieczne wdrożenie w życie.



## WSPÓŁPRACA Z UKRAIŃSKIM STOWARZYSZENIEM MEBLARZY

# MEMORANDUM O WZAJEMNYM ZROZUMIENIU

Porozumienie między Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli a Ukraińskim Stowarzyszeniem Meblarzy ma na celu budowanie partnerstwa i wzajemnej współpracy pomiędzy stroną polską a ukraińską.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

29 maja 2019 r. podpisane zostało „Memorandum o wzajemnym zrozumieniu” pomiędzy Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli a Ukraińskim Stowarzyszeniem Meblarzy.

Porozumienie ma na celu budowanie partnerstwa i wzajemnej współpracy pomiędzy stroną polską a ukraińską. Kolejnym efektem, jaki jest oczekiwany dzięki podpisaniu memorandum, jest osiągnięcie zrównoważonego rozwoju. Obie strony wyraziły chęć wspierania etycznych zasad prowadzenia działalności gospodarczej. Kolejnym działaniem, które ma być wynikiem porozumień, jest uznanie możliwości rynkowych sektora meblarskiego i wykorzystanie ich w praktyce. W ramach współpracy planowane są także spotkania B2B w celu ekspansji nowych rynków oraz utworzenie nowych kanałów dystrybucji mebli dzięki wymianie doświadczeń.



WSPÓŁPRACA MIĘDZY POLSKĄ A UKRAIŃSKĄ BRANŻĄ MEBLARSKĄ JEST MOŻLIWA NA WIELU PŁASZCZYZNACH. Fot. OIGPM

FABRYKA EGGER W BISKUPCU

## JEDNA Z NAJWIĘKSZYCH INWESTYJCJI TYPU GREENFIELD W POLSCE

Fabryka płyt wiórowych EGGER w Biskupcu, o zdolności produkcyjnej 650 000 m<sup>3</sup>, oferująca 400 bezpośrednich miejsc pracy, z dodatkowymi 600 pośrednimi miejscami pracy w regionie, ma szansę zastąpić obecny import płyt wiórowych do Polski.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW EGGER

Dnia 28 czerwca 2019 r. rozpoczął działalność zakład EGGER Biskupiec – nowoczesna pod względem technicznym i ekologicznym fabryka płyt wiórowych na potrzeby produkcji mebli. Jest to 19. zakład Grupy EGGER na świecie, o zdolności produkcyjnej 650 000 m<sup>3</sup> płyt wiórowych rocznie i inwestycji o wartości 440 mln euro.

– Jestem bardzo szczęśliwy, że uruchamiamy teraz zakład EGGER Biskupiec i wraz z kadrą zarządzającą i pracownikami jesteśmy dumni, że możemy stać się ważnym dostawcą dla polskiego przemysłu meblarskiego. Działamy w Polsce już od początku lat 90. i z powodzeniem współpracujemy z ponad 150 lokalnymi partnerami – powiedział Michael Egger, współwłaściciel firmy. – Jesteśmy również dumni, że możemy przyczynić się do rozwoju regionu warmińsko-mazurskiego, oferując prawie 1 000 miejsc pracy w trakcie budowy i teraz, kiedy fabryka już działa.

Fabryka EGGER Biskupiec została zaplanowana i zbudowana zgodnie z rozporządzeniem Unii

Europejskiej w sprawie najlepszych dostępnych technik (BAT), co oznacza wykorzystanie dostępnych technik, które są najlepsze dla zapobiegania lub minimalizowania emisji i negatywnego wpływu na środowisko. Zakład w Biskupcu posiada ultranowoczesne obiekty oparte na najnowszej dostępnej technologii produkcji i wiedzy o środowisku. Zakład dysponuje liniami produkcyjnymi do produkcji surowych i laminowanych płyt wiórowych, które są obecnie stopniowo uruchamiane.

Oprócz polskich producentów mebli i hurtowni, region również doświadcza znaczącego postępu dzięki poczynionej inwestycji. W EGGER Biskupiec zatrudnionych jest już ponad 370 osób, a wkrótce będzie ich 400. Zostały one intensywnie przeszkolone w kilku innych zakładach Grupy EGGER i teraz przejmują odpowiedzialność za codzienne funkcjonowanie 19. zakładu. Ponadto stworzono dodatkowo 600 pośrednich miejsc pracy u dostawców lub usługodawców.



ZAKŁAD EGGER OFERUJE 400 BEZPOŚREDNICH NOWYCH MIEJSC PRACY, A TAKŻE DODATKOWE 600 POŚREDNICH MIEJSC PRACY. FOT. EGGER



W TRAKCIE PEŁNEJ EKSPLOATACJI FABRYKI EGGER W BISKUPCU MOCE PRODUKCYJNE WYNIOSĄ 650 000 M<sup>3</sup> SUROWEJ PŁYTY WIÓROWEJ ROCZNIE, Z CZEGO DUŻA CZĘŚĆ BĘDZIE POKRYTA DEKORACYJNYMI POWŁOKAMI. FOT. EGGER



PRODUKCJA BĘDZIE SKONCENTROWANA GŁÓWNIE NA PŁYtach WIÓROWYCH PRZEZNACZONYCH DLA PRZEMYSŁU MEBLARSKIEGO. FOT. EGGER



„POLAND'S FURNITURE ALL AROUND THE WORLD”

# POLSKIE MEBLE NA TARGACH W USA

W kwietniu przyszłego roku po raz pierwszy odbędzie się grupowa wystawa polskich firm w USA. Właśnie trwa rekrutacja do udziału w projekcie promocyjnym „Poland's Furniture All Around The World”.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli zaprasza do udziału w projekcie promocyjnym „Poland's Furniture All Around The World” w roku 2020. Projekt uzyskał wsparcie finansowe Polskiej Fundacji Narodowej.

– Uruchamiamy nowy mechanizm promocji branży meblarskiej za granicami Polski. Wybraliśmy Stany Zjednoczone, bo to właśnie na tym rynku istnieje potrzeba, aby zaprezentować firmy z Polski jako silną grupę – powiedział Michał Strzelecki, dyrektor biura Izby. – To także nowy model promocji, który pozwala połączyć potencjał firm z budowaniem wizerunku Polski jako kraju oferującego markowe produkty.

Dzięki wsparciu PFN w Amerykańskim High Point na ponad 300 m<sup>2</sup> zostanie przygotowane wspólne stoisko prezentujące ofertę firm meblarskich oraz wystawę polskiego wzornictwa w zakresie wnętrz. Działania zostaną wsparte poprzez towarzyszącą kampanię medialną skierowaną do amerykańskich profesjonalistów zajmujących się meblami oraz designem. Na terenie High Point stanie w trakcie targów instalacja artystyczna – rzeźba wykonana przez Oskara Ziętę.

W projekcie założono udział co najmniej 8 firm, w tym 3 studiów projektowych oferujących produkty o dużej wartości wizerunkowej oraz posiadających duży potencjał eksportowy.

Polską obecność w High Point zaplanowano na 3 edycje targów, to znaczy: kwiecień i październik 2020 r. oraz kwiecień 2021 r., co pozwoli na systematyczne zbudowanie relacji z partnerami biznesowymi i pozytywnego wizerunku polskiej branży meblarskiej. Izba odpowiada za rezerwację powierzchni targowej, przygotowanie oraz obsługę stoiska, zapewnienie tłumaczy oraz transport eksponatów, a także realizację kampanii medialnej wraz z przygotowaniem wystawy promującej polski design. Całość uzupełnią działania na rzecz pozyskania nowych kontaktów i kojarzenia partnerów biznesowych. Uczestnicy projektu zobowiązują się do wniesienia wkładu w wysokości 315 tys. zł za udział w 3 edycjach targów High Point. Dofinansowanie Polskiej Fundacji Narodowej w wysokości 1 mln zł zapewni blisko 40% kosztów projektu.

– Od grudnia 2018 roku Izba pracowała z PFN nad wypracowaniem

koncepcji, która pozwoli na wsparcie budowy wizerunku branży meblarskiej. Udało się znaleźć sposób na promocję Polski i jej dziedzictwa kulturowego oraz potencjału gospodarczego poprzez połączenie dokonań polskich projektantów i firm produkujących meble – powiedział Tomasz Wiktorski, współautor koncepcji projektu. – Uruchomienie projektu to wielki sukces branży meblarskiej i okazja do pokazania, że możemy skutecznie wychodzić na nowe rynki, łącząc siły i prezentując kompleksową ofertę polskiego meblarstwa.



Wszystkich zainteresowanych udziałem w projekcie „Poland's Furniture All Around The World” zapraszamy do kontaktu z biurem OIGPM. Rekrutacja trwa do 15 września.

**Kontakt w sprawie udziału w targach:**

Michał Strzelecki

(tel. +48 604 322 263, [michal.strzelecki@oigpm.org.pl](mailto:michal.strzelecki@oigpm.org.pl))

Tomasz Wiktorski

(tel. +48 790 027 920, [tomasz.wiktorski@brstudio.eu](mailto:tomasz.wiktorski@brstudio.eu)).



**B+R** STUDIO

analizy rynku meblarskiego

RAPORT  
2019

## Produkcja i dystrybucja płyt drewnopochodnych w Polsce

Tomasz Wiktorski  
[www.brstudio.eu](http://www.brstudio.eu)



Sprawdź lub zadzwoń:  
[www.brstudio.eu](http://www.brstudio.eu); tel. 790 027 920