

BIULETYN INFORMACYJNY
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARCZA PRODUCENTÓW MEBLI

MEBLE NEWS NEWS NEWS

COMPLET
furniture



W NUMERZE

WYWIAD

Biznesowa obecność w Internecie jest bezpieczna / **str. 4**

Edukacja online to znak czasu / **str. 6**

STATYSTYKA

Mniejsze straty niż się spodziewano / **str. 8**

INFORMACJE

Lojalność i zaangażowanie receptą na trudne czasy / **str. 10**

OIGPM otwiera polski pawilon w High Point! / **str. 11**

Ryzyko walutowe w handlu międzynarodowym w dobie COVID-19 / **str. 12**

Jak nowa ustawa o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych wpłynie na sektor meblarski? / **str. 13**

EGGER dotrzymuje słowa / **str. 14**

WYDARZENIA

MEBLE POLSKA w nowej rzeczywistości / **str. 15**

Bieżące dane statystyczne udostępniamy na naszej stronie www.igpm.org.pl.



KUCHNIA ARIANA. FOT. HALUPCZOK

str. 5



Ul. Obywatelska 26/2a

02-409 Warszawa

Tel.: 22 245 19 20

www.igpm.org.pl [1]

www.meble.org.pl [2]

igpm@igpm.org.pl

Prezes

Jan Sznaka

Wiceprezesa

Ewa Ratajczak

Piotr Wójcik

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

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



JAN SZYNAKA,
PREZES OIGPM

Szanowni Państwo,

Polska jest poważnym graczem w branży meblarskiej – w roku 2019 zajmowaliśmy 6. miejsce na świecie pod względem wartości wyprodukowanych mebli, a także 2. miejsce na świecie (i 1. miejsce w Europie) pod względem wartości wyeksportowanych mebli. Jednak polskie meble to nie tylko skala produkcji – ta pozycja światowego lidera nie byłaby osiągalna, gdyby nie znakomite rzemieślnicze tradycje, wspaniałe projekty powstałe na przestrzeni ostatnich 100 lat i stojący za nimi ludzie.

Bycie liderem to oczywiście splendor i uznanie, ale także wyzwania i konieczność kreacji nowych standardów czy zachowań na rynku.

Dzisiaj, cały czas zmagając się z epidemią SARS-CoV-2, możemy powiedzieć, że spotkaliśmy się z nowymi standardami pracy. Część osób w naszej branży, ale i nie tylko, przez długie miesiące pracowała lub nadal pracuje zdalnie. Chyba wszyscy bez wyjątku spojrzeliśmy przychylniej na tak zwane home office, gdyż priorytetem było tu zdrowie naszych pracowników. I patrząc właśnie przez pryzmat ich zdrowia, nie tego związanego z samym wirusem, ale tego wynikającego z otoczenia, w jakim pracują we własnych domach, nasuwa się pytanie o standardy, które powinny spełniać tak zwane biura domowe i wykorzystywane w nich chociażby meble. Większość z nas nie ma przecież w swoich mieszkaniach i domach mebli biurowych, wykorzystujemy to, co jest – sofy, fotele i stoły. Pytanie tylko – jaki efekt takiej pracy dla naszego zdrowia przyniesie przyszłość?

W związku z tym konieczne jest już dzisiaj wypracowanie nowych standardów dotyczących nie tylko mebli, ale i całego otoczenia wykorzystywanego w pracy zdalnej. Takie standardy z jednej strony zabezpieczą zdrowie naszych pracowników, a z drugiej strony powinny nas zabezpieczyć w przyszłości przed negatywnymi skutkami pozwów pracowników przeciwko ich pracodawcom za uszczerbki na zdrowiu, wynikające właśnie z niezapewnienia im odpowiednich warunków do pracy, również w ich własnych domach, co ma miejsce np. w USA. Wsluchując się w sygnały z rynku, można jednoznacznie stwierdzić, iż wielu przedsiębiorców na pracę zdalną będzie patrzyło przychylnie również w przyszłości. I będą to powody zapewne nie tylko związane z tym czy następnym wirusem.

Dlatego też Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli już teraz na bieżąco śledzi przepisy prawne obowiązujące w tym zakresie na świecie. Według nas takie same standardy powinny obowiązywać również w Polsce, a konieczność wyposażenia naszych domów w meble biurowe to dowód na to, jak dbamy o naszych pracowników i nowe zamówienia dla polskich meblarzy.

BIZNESOWA OBECNOŚĆ W INTERNECIE JEST BEZPIECZNA

Pandemia Covid-19 i jej długofalowe skutki wpłynęły również na branżę meblarską. Rynek się dostosowuje do obecnych warunków. Jedną ze zmian, które wprowadziło wielu polskich producentów mebli, była intensyfikacja działań w Internecie. O praktycznym aspekcie tej działalności opowiada Adrian Halupczok, właściciel firmy Halupczok, tworzącej meble na indywidualne zamówienie.

🗨️ Z ADRIANEM HALUPCZOKIEM ROZMAWIA MAŁGORZATA GACKOWSKA

Meble News: Tuż przed wybuchem pandemii Covid-19 udało się Państwu otworzyć salon firmowy w Gdańsku. Jak długo ta placówka, a także inne Wasze salony, pozostała otwarta? Rozumiem, że byli Państwo zmuszeni na kilka tygodni zamknąć stacjonarne salony sprzedaży?

Adrian Halupczok: Tak, na początku marca br. otworzyliśmy swój pierwszy w Trójmieście, a generalnie 13. stacjonarny salon sprzedażowy – Halupczok Gdańsk, czym zainaugurowaliśmy obecność marki na polskim Pomorzu. Tuż po tym, globalna sytuacja, związana z rozprzestrzenianiem się Covid-19, wymusiła na firmie Halupczok, podobnie jak na całej branży meblarskiej, odnalezienie się w nowych, bardzo trudnych realiach. Pojawiły się przed nami wyzwania, którym nigdy wcześniej, w swojej 16-letniej historii, firma nie musiała stawiać czoła. W związku z postanowieniami Rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2020 r. w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu zagrożenia epidemiologicznego i obowiązującym ogólnym zakazem przemieszczania się oraz prowadzenia sprzedaży na terenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, zarząd firmy był zmuszony do czasowego zamknięcia stacjonarnych salonów firmowych i wstrzymania sprzedaży bezpośredniej. Regulacje te objęły również nowo otwarty salon w Gdańsku.

Meble News: Pandemia koronawirusa zmusiła wiele firm do przeniesienia swoich aktywności do Internetu. Oprócz sprzedaży mebli online, jakie obszary Państwa działalności zostały przeniesione do Internetu?

A.H.: W trudnym okresie narodowej kwarantanny firma Halupczok zintensyfikowała swoje działania w Internecie – uruchomiliśmy proces zamawiania mebli on-line w siedmiu prostych krokach oraz darmową poradę naszych projektantów. Aby umilić czas spędzany w domu, zainicjowaliśmy również cykl artykułów poradnikowych „Lifehack by Halupczok”, dostępnych na stronie internetowej i w me-



W OFERCIE FIRMY HALUPCZOK ZNAJDUJĄ SIĘ MEBLE KUCHENNE, ZARÓWNO BARDZO NOWOCZESNE, MINIMALISTYCZNE, JAK I STYLIZOWANE, NAWIĄZUJĄCE DO KLASYCZNYCH WNĘTRZ. KAŻDA KUCHNIA MA NIEPOWTARZALNY STYL I CHARAKTER, A SZCZEGÓLNA DBAŁOŚĆ O DETALE POWODUJE, ŻE JEST ONA JEDYNA W SWOIM RODZAJU. FOT. HALUPCZOK



diach społecznościowych, w których projektanci Halupczok zapraszali w aranżacyjną podróż, zdradzając na każdym jej etapie tajniki tworzenia unikatowych wnętrz. Po odmrożeniu niektórych gałęzi gospodarki, gdy na powrót otwarte zostały obiekty handlowe, w których zlokalizowane są salony firmowe naszej marki, firma powróciła do sprzedaży w trybie stacjonarnym, aczkolwiek zamówienie mebli jest nadal możliwe także w drodze on-line.

Meble News: Jak wyglądała w tym najtrudniejszym okresie produkcja w Państwa zakładzie? Czy była ograniczona? Jakie środki ostrożności wprowadzili Państwo, aby zapewnić bezpieczeństwo swoich pracowników, a jednocześnie nie zatrzymać produkcji?

A.H.: Od początku pandemii nasza fabryka mebli nie zaprzestała produkować, ale w odpowiedzi na panującą sytuację, reorganizacji poddany został tryb pracy. W obliczu narodowej kwarantanny zespół handlowy kontynuował pracę w trybie zdalnym, a czas pracy pracowników produkcyjnych został skrócony. W siedzibie firmy i na terenie obszaru produkcyjnego wprowadzono specjalne procedury bezpieczeństwa minimalizujące ryzyko rozprzestrzeniania się koronawirusa wśród załogi, w tym: wstrzymano w zakładzie wizyty osób z zewnątrz, wprowadzono maseczki ochronne oraz środki do dezynfekcji, jak również nakaz zachowania fizycznego dystansu, zreorganizowano system przerw śniadaniowych, rozbudowano procedury de-

zynfekcji biur, pomieszczeń socjalnych i innych wspólnych obszarów. Dzięki tym i im podobnym zabiegom, udało się naszemu zespołowi przetrwać ten najtrudniejszy okres zarówno w zdrowiu, jak i w niezmiennym składzie.

Meble News: Jakie skutki Państwa firma odczuła w związku z pandemią Covid-19?

A.H.: W kulminacyjnym okresie lockdownu działalność firmy została dotknięta izolacją społeczną, mającą daleko idące, negatywne skutki finansowe. Sytuacja wymusiła na firmie zamknięcie blisko 10 stacjonarnych salonów sprzedaży, pozbawiając praktycznie z dnia na dzień możliwości sprzedaży mebli. Wskutek tego przychody ze sprzedaży naszych produktów zmalały, wymuszając konieczność poszukiwania oszczędności w każdym możliwym obszarze, które mogłyby zbilansować ten spadek. Dzięki odpowiednim procedurom zabezpieczającym przed skutkami pandemii oraz wdrożonym rozwiązaniom tarcz antykrzysowych, zatrudnienie w naszej firmie utrzymano na niezmiennym poziomie. Udało się to z ogromnym wsparciem członków zespołów zarówno handlowych, jak i produkcyjnych, które wykazały się wyrozumiałością w zakresie czasowej reorganizacji kosztów zatrudnienia. Ta solidarna postawa zespołu przyczyniła się do powrotu firmy na właściwe biznesowe tory.

Meble News: Od niedawna większość producentów mebli wróciła do produkcji z pełną mocą. Branża odrabia straty spowodowane wielotygodniowymi przestojami. Jak to wygląda w przypadku Państwa firmy?

A.H.: Po gospodarczym odmrożeniu, na powrót otwarte zostały obiekty handlowe, a wraz z nimi stacjonarne salony sprzedaży naszej marki. Zachowaliśmy jednak hybrydowy sposób sprzedaży – zarówno poprzez sklepy stacjonarne, jak i e-commerce. Aktualnie projektujemy i tworzymy nowe kolekcje mebli kuchennych, których premiera, planowana na jesień tego roku, odbędzie się w Internecie. Będzie to nowa forma debiutu produktowych nowości marki Halupczok, dostosowana do obecnych trendów, na które wpłynął koronawirus.

Meble News: Jak widzi Pan najbliższą przyszłość firmy, a także szerzej – branży meblarskiej?

A.H.: Pandemia Covid-19 odcisnęła swoje trwałe piętno zarówno na polskiej, jak i światowej branży meblarskiej, znacznie pogarszając ich kondycję. Mamy świadomość, że udało nam się przetrwać najtrudniejszy okres, aczkolwiek ryzyko wystąpienia kolejnych fal zachorowań, jak i nieznanego terminu pojawienia się skutecznej terapii, powodują długoterminową chwiejność prognoz gospodarczych, brak stabilności popytu na rynku, a co za tym idzie niepewność sytuacji ekonomicznej wielu firm z branży meblarskiej. Pandemia SARS-CoV-2 pokazała z pewnością, że biznesowa obecność w sieci jest bezpieczna, opiera się bowiem jej negatywnym skutkom, które w obliczu lockdownu są tak bardzo druzgocące dla stacjonarnego biznesu. Dlatego też wiele firm zajmujących się produkcją i sprzedażą mebli, w tym Halupczok, zintensyfikowało swoje biznesowe działania w Internecie. Wśród nich prym wiodą premiery meblowych nowości on-line, wirtualne spacerunki po showroomach czy szkoleniowe webinary. Z pewnością wiele projektów, dotychczas realizowanych w bezpośrednim kontakcie z klientem, przeniesie się właśnie do rzeczywistości wirtualnej.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.



Firma Halupczok specjalizuje się w produkcji spersonalizowanych, luksusowych mebli kuchennych, które spełniają oczekiwania nawet najbardziej wymagających odbiorców. Posiada 16-letnie doświadczenie na polskim rynku meblarskim, zajmując czołowe miejsce wśród liderów branży wnętrzarskiej. Siedziba firmy wraz z nowoczesną fabryką zlokalizowana jest na Opolszczyźnie, w Krzyżowej Dolinie, na obszarze o silnych, wielowiekowych tradycjach stolarskich. Zaawansowana technologia produkcji, przy wykorzystaniu innowacyjnych materiałów oraz autorskich rozwiązań, pozwala na tworzenie wysublimowanych projektów, wykraczających poza ramy dnia dzisiejszego. Kuchnie Halupczok, które wielokrotnie nagradzane były za ich innowacyjność, funkcjonalność i unikalny design, odwiedzić można w 13 salonach firmowych w całym kraju.



SZKOLNICTWO WYŻSZE

EDUKACJA ONLINE TO ZNAK CZASU

W październiku rusza kolejny rok akademicki. Trudno przewidzieć, jak w praktyce będzie wyglądało kształcenie w warunkach utrzymującej się pandemii Covid-19, ale doświadczenie kilku ostatnich miesięcy pokazało, że edukacja w trybie online, na kierunkach technologii drewna oraz meblarstwa, to zdecydowanie za mało. Formą uzupełniającą dla tego typu kształcenia powinny być zajęcia praktyczne, o czym mówi dr Marcin Zbieć ze Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.

Z DR. MARCINEM ZBIECIEM
ROZMAWIA MAŁGORZATA GACKOWSKA



Meble News: Zgodnie z Zarządzeniem Rektora SGGW z dnia 21 maja 2020 r. przywraca się możliwość organizowania dla studiów zajęć dydaktycznych o charakterze praktycznym, dla których efekty uczenia się nie mogą zostać osiągnięte poprzez nauczanie zdalne. Rozumiem, że w praktyce zajęcia takie miałyby ruszyć od października. Czy będzie dotyczyć to również kierunków technologii drewna oraz meblarstwa?

Marcin Zbieć: Tak jest, a przynajmniej w teorii. Zajęcia praktyczne wymagają przygotowania i dezynfekcji sprzętu, sal, zachowania dystansu i wszystkich innych obowiązujących ograniczeń. Bardzo wiele zależy więc od prowadzącego, jak poradzi sobie z tym zadaniem. Jako pierwszy przykład podam żel do dezynfekcji – do rąk i owszem, ale taki, który nadawałby się do maszyn wytrzymałościowych czy klawiatur komputerowych... Tu istnieją już pewne przeszkody.

Meble News: Jak ważne dla kierunków technologii drewna oraz meblarstwa są zajęcia odbywające się w formie stacjonarnej?

M.Z.: Odpowiedź brzmi – bardzo. Trudno wyobrazić sobie obróbkę me-



Jestem zwolennikiem kontrowersyjnego poglądu, że nie ma wykładowców mądrzejszych od Google'a i YouTube'a... Moim zdaniem powinniśmy się przestawić na ten tryb – nie przekazywania wiedzy w sposób bardzo prosty, tzw. łopatologicznego wykładania mądrości, a kierowania młodego człowieka w poszukiwaniu informacji.



chaniczną czy automatykę bez jakiegokolwiek praktyki..., której i tak jest zbyt mało.

Meble News: W jaki zatem sposób odbywała się nauka zdalna przez te kilka miesięcy lockdownu? Jak ocenia Pan efekty tego nauczania?

M.Z.: Trudno odpowiedzieć za wszystkich i z pełną specyfiką poszczególnych przedmiotów – ja zrealizowałem moje zajęcia w miarę bez problemów (większość zajęć z projektowania czy CAD), gdyż studenci posiadają sprzęt w domach – podejrzewam, że chemicy mogą być mniej zadowoleni.

Meble News: Jakie zasoby oraz narzędzia wspomagające nauczanie zdalne przygotowała Wasza uczelnia? Jak ocenia Pan ich skuteczność? Co ewentualnie można by poprawić?

M.Z.: Szczęściem oprócz istniejącej platformy Moodle, wprowadzono „rzutem na taśmę” Ms Teams wraz z pełnym pakietem Office365 online zarówno dla wykładowców, jak i studentów – co bardzo pomogło. Uczelnia oferowała nawet pomoc Telewizji SGGW przy nagrywaniu wykładów, jeżeli ktoś (zwłaszcza spośród starszej daty pracowników) takiej pomocy potrzebował. Wszystko to określiłbym mianem – skuteczność ograniczona pośpiechem wdrażania, barierą technologiczną do pokonania w bardzo krótkim czasie. Poza tym brak było pewności, czy rozwiązania te będą obowiązywać w przyszłych latach i semestrach, więc optymizm w niektórych przypadkach był mocno ograniczony – to jednak jest sporo pracy – i brak pewności, czy wykorzysta się to kolejny raz, stanowił pewną barierę.

Meble News: Organizacja zajęć online wymaga skutecznej komunikacji ze studentami. Jak to wyglądało w przypadku relacji między wykładowcami a studentami kierunków meblarstwa i technologii drewna? Jak obie strony odnalazły się w tej nowej dla wszystkich rzeczywistości?

M.Z.: Wydaje mi się, że ja nie miałem jakichś większych problemów, oprócz technicznych (student jednak MUSI przeczytać instrukcję obsługi, wysłać pracę w Teams, i to na czas, gdyż potem zostaje odrzucona). Trudno mi odpowiadać za całą społeczność, z którą nie kontaktowałem się bezpośrednio z wiadomych względów, ale nie słyszałem o jakichś drastycznych problemach.

Meble News: Nawet najbardziej zaawansowane technologie nie zastąpią bezpośrednich relacji, komunikacji między studentami a wykładowcami, a także między samymi studentami. Jak z perspektywy tych kilku miesięcy ocenia Pan wpływ edukacji online na młodych ludzi? Czy widzi Pan jakieś zalety tej formy edukacji lub też wady?

M.Z.: Nie doceniamy znaku czasów. Jestem zwolennikiem kontrowersyjnego

poglądu, że nie ma wykładowców mądrzejszych od Google'a i YouTube'a... Moim zdaniem powinniśmy się przestawić na ten tryb – nie przekazywania wiedzy w sposób bardzo prosty, tzw. łopatologicznego wykładania mądrości, a kierowania młodego człowieka w poszukiwaniu informacji. Wydaje mi się, że samo stawianie się w murach uczelni o określonej godzinie ma coraz mniejsze znaczenie, a pokolenie roku 2000 dorastało już z technologią, więc dla nich ta forma komunikacji jest naturalna. Wady na pewno są, ale one są oczywiste dla pokolenia wykładowców, a nie studentów. Dla mnie podstawową wadą było zapotrzebowanie czasu – to, co można opowiedzieć w kilku zdaniach, jednak trzeba przekazać w formie prezentacji czy wideo. Studenci przyzwyczajeni są do wysokiej jakości wizualnej prezentowanych materiałów (dzięki YouTube'owi) i żeby podać im to w atrakcyjnej, choćby trochę porównywalnej formie, trzeba poświęcić dużo czasu, nauczyć się edycji wideo, kupić dobry mikrofon, znaleźć pomieszczenie bez pogłosu.

Meble News: Czy edukacja online w dłuższej perspektywie czasu może zmienić szanse studentów na rozwój, zdobywanie praktycznych umiejętności, a w konsekwencji spowodować trudności z odnalezieniem się na rynku pracy? Czy nauczanie zdalne niesie również jakieś konsekwencje dla producentów mebli?

M.Z.: Wszystko zależy od tego, w jakiej rzeczywistości przyjdzie nam funkcjonować. Nie wydaje mi się, żeby darmowa konstytucyjnie edukacja była w stanie konkurować z komercyjną, właśnie ze względu na umiejętności praktyczne, zwłaszcza na kierunkach, na których potrzeba więcej sprzętu niż pisak, tablica i komputer. To podnosi koszty do poziomu nieakceptowanego przez naszą, okreśmy to, tradycję. Praktyka to podstawa i niestety, chcąc zachować jakość, nie możemy dopuścić do sytuacji, w której szeregowi pracownicy „mają ubaw” z dopiero co obronionego inżyniera. W obecnej chwili firmy muszą liczyć się z tym, że pracownika należy dodatkowo szkolić.

Meble News: Jak ocenia Pan szanse powrotu od nowego roku akademickiego do tradycyjnej formy nauczania? Co w przypadku, jeśli okaże się to niemożliwe? Jakie mogą być długofalowe konsekwencje nauczania zdalnego?


M.Z.: Szanse – teoretycznie duże, ale gdy tylko ktoś w grupie kichnie, to mogą dość szybko zmaleć. Nie nastawiałbym się na szybki powrót do normalności. Obawiam się, że najbliższy semestr będzie kontynuowany w trybie online, zaś rektorom i dyrektorom szkół będzie trudno podjąć tak odpowiedzialną decyzję.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.

MNIEJSZE STRATY NIŻ SIĘ SPODZIEWANO

Na podstawie dostępnych danych, na chwilę obecną, można śmiało przypuszczać, że branża meblarska wskutek pandemii COVID-19 ucierpi mniej niż prognozowano jeszcze w marcu i kwietniu.

JOANNA GRUSZCZYŃSKA,

 MENEDŻER DS. KLUCZOWYCH KLIENTÓW,
OGÓLNOPOLSKA IZBA GOSPODARCZA PRODUCENTÓW MEBLI

Nowa rzeczywistość wywołana pandemią COVID-19, w której przyszło nam żyć i z którą musimy codziennie się mierzyć, na długo pozostanie w naszej pamięci. Dzisiaj trudno nam jest przewidzieć, jak będzie wyglądała przyszłość. Sytuacja jest dla nas trudna, zarówno pod względem

zagrożenia zarażeniem się wirusem, jak i odnajdywania się w nowej biznesowej rzeczywistości.

Jednak na podstawie dostępnych danych możemy śmiało przypuszczać, że branża meblarska wskutek pandemii COVID-19 ucierpi mniej niż



WYROBY wg Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU) / PRODPOL	j.m.	rok	Miesiące						
			I	II	III	IV	V	VI	VII
Tarcica ogółem	dam ³	2019	279	277	301	286	294	247	271
		2020	251*	258*	263*	205*	248*	264	274
Tarcica iglasta	dam ³	2019	250	249	271	257	266	224	246
		2020	226*	233*	240*	186*	227*	243	253
Tarcica liściasta	dam ³	2019	29,5	28,5	30,0	29,2	27,8	23,3	24,3
		2020	25,2	25,2	23,2	19,2	21,9	20,7	21,7
Sklejka, płyty fornirowane i podobne laminowane płyty i arkusze; płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	2019	940	878	993	936	946	930	889
		2020	998	956	978	693	838	952	970
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	2019	478	451	523	496	490	486	481
		2020	549	514	553	393	487	534	505
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	2019	64 557	58 923	62 334	58 523	64 259	61 207	50 541
		2020	61 716	60 439	58 525	30 135	40 014	55 327	62 333
	dam ³	2019	418	383	423	398	415	404	371
		2020	411	406	385	262	320	385	430
Okleiny	tys. m ²	2019	1 590	1 879	1 794	1 945	1 723	1 401	1 639
		2020	1 233	1 385	1 544*	1 223*	1 123*	1 415	1 483





WYROBY wg Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU) / PRODPOL	j.m.	rok	Miesiące						
			I	II	III	IV	V	VI	VII
Meble do siedzenia o konstrukcji głównie drewnianej	tys. szt.	2019	1 567	1 525	1 534	1 467	1 454	1 248	1 100
		2020	1453*	1 423	1 222	666	1 015	1255*	1 254
w tym: Meble do siedzenia przekształcalne w miejsca do spania	tys. szt.	2019	248	233	248	247	237	208	192
		2020	233	220	191	84,4	160	206*	203
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni	tys. szt.	2019	441	482	493	397	422	341	335
		2020	365	395	357	179	292	328*	369
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	2019	547	561	556	528	560	504	533
		2020	565	525	542	170	436	518*	551
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. szt.	2019	2 714	2 660	2 755	2 599	2 536	2 266	2 223
		2020	2 782	2791*	2 420	646	1827*	2415*	2 974



prognozowaliśmy jeszcze w marcu i kwietniu. Faktem jest, że okres marzec-maj 2020 r. był najgorszy dla całej branży meblarskiej od wielu lat. W wyniku wprowadzonych restrykcji i ograniczenia handlu pierwsze prognozy i scenariusze dotyczące przyszłości branży meblarskiej zakładały, że nasza branża straci w tym roku 17 mld zł, a zwolnienia pracowników będą dużo większe niż zostało to ostatecznie potwierdzone.

Dzisiaj zakładamy, że spadek obrotów w branży wyniesie 6 proc., co daje nam około 3 mld zł. W zestawieniu z pierwszymi prognozami daje nam to optymistyczny obraz. Ponadto szacuje się, że w okresie od lutego do maja br. firmy meblarskie zredukowały zatrudnienie o około 7 tys. etatów – co również jest dobrą informacją w zestawieniu z wcześniejszymi prognozami. Jednak w związku z aktualnie rosnącą liczbą zamówień zakłada się, że firmy w najbliższym czasie ponownie będą zatrudniały nowych pracowników.

Z danych opublikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, dotyczących dynamiki produkcji sprzedanej, możemy wnioskować, iż spośród 34 działów przemysłu, w produkcji mebli odnotowany został najwyższy wzrost produkcji. W lipcu 2020 r. produkcja sprzedana mebli była wyższa o 24,2 proc. w cenach stałych w porównaniu do lipca 2019 r. Dodatkowo prognozuje się, iż w lipcu 2020 r. wartość produkcji sprzedanej wyniosła około 4 290 mln zł, co by oznaczało 7 proc. wzrostu wobec lipca 2019 r. W znaczącym stopniu jest to efekt pobudzenia popytu konsumpcyjnego. Problemem jest jednak fakt, iż nagły wzrost aktualnych zamówień z czasem spowolni, a na podstawie wieloletnich analiz rynku od lat dostrzega się sezonowość produkcji w Polsce, która już została zaburzona wskutek pandemii COVID-19.



Przeciętne zatrudnienie (w tys.)			
	I kw. 2019	I kw. 2020	I kw. 2019/I kw. 2020
Produkcja mebli	162,90	162,90	100,00
Produkcja wyrobów z drewna, korka, stomy i wikliny	100,10	97,90	97,80



Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto (w złotych)			
	I kw. 2019	I kw. 2020	I kw. 2019/I kw. 2020
Produkcja mebli	3 896,86	4 126,78	105,90
Produkcja wyrobów z drewna, korka, stomy i wikliny	3815,32	4 135,81	108,40



LOJALNOŚĆ I ZAANGAŻOWANIE RECEPTĄ NA TRUDNE CZASY

Trudna sytuacja gospodarcza spowodowana przez pandemię COVID-19 postawiła przed polskimi przedsiębiorstwami w branży meblarskiej nowe wyzwania, jakich do tej pory nie przeżywalismy. Zachwianie łańcuchów sprzedaży, zamrożenie handlu, drastyczny spadek obrotów zweryfikowały w wielu przypadkach priorytety i obrane kierunki działania, w tym również i te dotyczące relacji na linii pracodawca – pracownik.

 ROBERT CHMIELEWSKI,
WSPÓŁWŁAŚCICIEL COMPLET FURNITURE

Wzrost bezrobocia spowodowany redukcją etatów w wielu branżach gospodarki, w tym również i w przemyśle meblarskim osłabił silny, jak dotąd, rynek pracownika. Sytuacja ta wpływa na spadek rotacji na stanowiskach pracy. Przed nami w dalszym ciągu dużo niewiadomych, z jakimi prawdopodobnie przyjdzie nam wszystkim zmierzyć się podczas prognozowanej drugiej fali pandemii.

Czy od pracowników oczekuje się dziś nowych kompetencji i dodatkowych kwalifikacji? Jeśli chodzi o kompetencje twarde, czyli te związane z umiejętnościami i kwalifikacjami zawodowymi, to w tym obszarze zmian nie ma i raczej nie będzie. Pracownicy posiadający odpowiednie przygotowanie zawodowe byli, są i będą w dalszym ciągu poszukiwani przez pracodawców. Obecna sytuacja uwypukliła jednak duże znaczenie tzw. kompetencji miękkich. Umiejętność odnalezienia się w nowej sytuacji, poczucie więzi z miejscem pracy, gotowość solidarnego poniesienia kosztów kryzysu gospodarczego – to recepta na przetrwanie w trudnych czasach. Wydaje się, że szansę na łagodne wyjście z kryzysu mają tylko te przedsiębiorstwa, dla których pracownicy w istocie stanowią największą wartość firmy, i nie są to tylko puste frazesy, którymi pracodawcy kuszą kandydatów podczas procesów rekrutacji. Siłą firmy są dobrze wykwalifikowani i wynagradzani pracownicy, zatrudniani na uczciwych zasadach, z odpowiednim doświadczeniem zawodowym. Emocjonalne związanie się pracowników

z danym miejscem pracy to siła dobrze zarządzanego przedsiębiorstwa. Dlatego dziś po stronie szefów firm spoczywa odpowiedzialna rola pod względem zbudowania zespołu oddanego i respektującego wartości przedsiębiorstwa. Dbłość o pracowników oraz zbudowanie dobrego środowiska i przyjaznej kultury pracy to inwestycja, która potrafi zwrócić się w najtrudniejszych momentach dla przedsiębiorstwa, a niewątpliwie jednym z nich był (w dalszym ciągu jest) kryzys wywołany przez koronawirusa.

Pandemia spowodowała ponadto znaczący rozwój nowych kanałów sprzedażowych. Rozwój handlu internetowego, digitalizacja procesów zarządczych oraz wdrażanie nowych usług wymusza na branżę poszukiwanie pracowników z nowymi umiejętnościami. Trend ten będzie się rozwijał i firmy będą zmuszone do poszerzania swoich zespołów o osoby z nowymi kwalifikacjami lub poprzez zlecenie usług w ramach tzw. outsourcingu. Zasadnym jest posiadanie w swoich zespołach osoby z pewnym ogólnym zasobem wiedzy potrzebnej do nadzorowania nowych kierunków działalności firmy.

Powoli mijają czasy dla firm określanych jako tzw. no name. Obecność w mediach społecznościowych, skuteczna komunikacja marketingowa, angażowanie się w sprawy społeczne, czyli realizacja założeń społecznej odpowiedzialności biznesu wymusza zatem poszerzanie kompetencji i umiejętności członków zespołu.

RYNEK AMERYKAŃSKI

OIGPM OTWIERA POLSKI PAWILON W HIGH POINT!

Wybuch pandemii spowodował, że przygotowania do targów w High Point odbyły się w cieniu koronawirusa, ale polscy wystawcy są gotowi, a cała branża ma nadzieję, że Polskie Meble wygrają kolejną dekadę wzrostów na współpracy z USA.



TOMASZ WIKTORSKI –B+R STUDIO,
KOORDYNATOR PROJEKTU



Mam nadzieję, że w czasie, gdy Państwo czytają niniejszy materiał, ja jestem w drodze do USA, aby pomimo trudności wynikających z trwającej pandemii otworzyć polski pawilon w High Point.

Kluczową umiejętnością w obecnym roku jest dostosowanie się do dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Analizując ryzyko projektowe w styczniu 2019, to znaczy na etapie planowania wystawy w USA, z pewnością nie uwzględniliśmy wpływu pandemii na projekt. Przypuszczalnie nikt z Państwa nie uwzględniał takiego ryzyka. Całe szczęście, zostało uwzględnione „ryzyko nienazwane”. Jeszcze 10 marca, kiedy to wysyłaliśmy kontener z meblami na targi, wydawało się, że sytuacja epidemiczna poza terenem Włoch i Chin jest pod kontrolą. Niestety, już tydzień później wszystko się zmieniło. W kraju wprowadzono zalecenia pozostania w domach, zablokowano handel, zamknięto granice, odwołano loty. Po drugiej stronie Atlantyku sytuacja wydaje się jeszcze trudniejsza.

Jak udało nam się poradzić w tej bezprecedensowej sytuacji?

Po pierwsze, na targach mieliśmy przestrzeń wynajętą na trzy edycje targów, więc meble dojechały bezpiecznie. Nie obyło się jednak bez zaangażowania amerykańskich prawników, aby w zamian za odwołaną wiosenną edycję targów projekt przesunąć do przodu. Jeśli edycja jesienna zostałaby odwołana, to również nasz projekt zostanie po raz kolejny przesunięty w czasie.

Po drugie, słowa uznania należą się Polskiej Fundacji Narodowej za partnerskie podejście do współpracy z Izbą i aneksowanie terminów realizacji projektu. Bez wsparcia Fundacji prawdopodobnie nie udałooby się zgromadzić obecnej grupy i zorganizować stoiska.

Po trzecie, w trakcie obowiązujących restrykcji dotyczących wjazdu do USA musieliśmy podjąć kroki dyplomatyczne w odniesieniu do Ambasady USA w Polsce. W tym działaniu udało nam się uzyskać

wsparcie amerykańskich senatorów oraz polskiego Ministerstwa Rozwoju. Pisząc te słowa, czekam na rozpatrzenie wniosku o udzielenie zgody w ramach procedury „Interesu Gospodarczego Stanów Zjednoczonych”.

Polski Pawilon w High Point ulokowany jest w budynku ELM 220, w sąsiedztwie wielu europejskich marek. Hasłem przewodnim wystawy jest „European Smart Design from Poland”. Pod ten wspólny szyld wpisali się: Szynaka Meble, BLACK RED WHITE, Gala Collezione, Benix oraz VZÓR, Zięta Studio, The RAW. Stoisko swym wystrojem akcentuje długoletnie tradycje polskiego rzemiosła meblarskiego, poszanowanie środowiska naturalnego oraz kompetencje produkcyjne i wzornicze polskich małych i dużych firm. Na przestrzeni około 300 m² udało nam się stworzyć wystawę polskiego designu obok wystawy polskiego potencjału eksportowego. Z niecierpliwością czekamy na gości targowych.

Podczas przygotowania projektu uruchomiona została dedykowana strona internetowa o unikalnym branżowym adresie www.pl.furniture. Do tego opracowany został blisko 6-minutowy film „European Smart Design from Poland”, który można obejrzeć zarówno na stronie projektu, jak i w serwisie YouTube. Zestaw marketingowy uzupełniają: baner zewnętrzny na budynek, ulotki, artykuły sponsorowane i PR oraz reklamy w prasie drukowanej i on-line, publikowane w USA oraz w Polsce.

Projekt jest współfinansowany
przez Polską Fundację Narodową



RYZIKO WALUTOWE W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM W DOBIE COVID-19

Wiele polskich firm jest obecnych ze swoimi produktami na rynkach zagranicznych. Współpraca z międzynarodowymi odbiorcami to dla nich chleb powszedni. Korzyści z międzynarodowej wymiany handlowej nie są jednak pozbawione ryzyka walutowego. Na szczęście odpowiednio przygotowana strategia zarządzania ryzykiem walutowym może pomóc każdej firmie w zabezpieczeniu się przed nim. Nie wyeliminuje ona ryzyka całkowicie, ale może pomóc przedsiębiorcom uchronić się przed zagrożeniami, które mogą pogorszyć ostateczny wynik finansowy.

MICHAŁ BUCZKO

– SENIOR BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER,
WESTERN UNION INTERNATIONAL BANK



Analiza zmienności i identyfikacja ryzyka

Przygotowania do tworzenia strategii rozpoczynamy od analizy ryzyka walutowego, na które nasza firma jest narażona. Wahania kursów walut zaliczają się do najmniej przewidywalnych czynników w działalności międzynarodowej. Im większe obroty międzynarodowe, tym wyższe ryzyko walutowe ponoszone przez firmę. Staje się to jeszcze bardziej istotne w okresach niestabilności na rynku, np. w obliczu obecnej pandemii. Dlatego do analizy ryzyka niezbędna jest obserwacja zmienności interesującej nas pary walutowej, która pokazuje, o ile może się zmienić kurs w danej jednostce czasu.

Kolejnym krokiem jest audyt procesów sprzedaży lub zakupów i identyfikacja momentu, w którym pojawia się ryzyko walutowe. Z naszego doświadczenia wynika, że wielu przedsiębiorców zaczyna myśleć o nim dopiero w momencie otrzymania lub wystawienia faktury, a tymczasem ryzyko to najczęściej rozpoczyna się już w okresie prognozy zakupów lub sprzedaży, jeszcze przed przygotowaniem oferty cenowej.

Budowanie strategii

Niestety, nie istnieje strategia zarządzania ryzykiem walutowym idealna dla wszystkich firm. Jej struktura i czas trwania zależą od specyfiki przedsiębiorstwa i powinna być ona budowana po dogłębnej analizie struktury kosztów, przychodów, a także charakterystyki firmy. Eksperti wyróżniają dwa generalne podejścia do zarządzania ryzykiem: pasywne i aktywne. W tym pierwszym podejściu nasz wynik finansowy zupełnie nie zależy od rynku, eliminujemy ryzyko walutowe, ale też tracimy możliwość skorzystania z pozytywnych ruchów waluty. Podejście ak-

tywne zakłada wykorzystanie bardziej elastycznych instrumentów, które pozwalają na partycypowanie w pozytywnych zmianach na rynku, jednak często niosą za sobą wyższy koszt i/lub ryzyko.

Wachlarz instrumentów

Niezależnie od rodzaju strategii, często pojawiają się w niej najpopularniejsze instrumenty, czyli forwardy i opcje walutowe. Kontrakty terminowe forward pozwalają na „sztywne” zabezpieczenie kursu, czyli niezależnie od przyszłych zmian na rynku walutowym, firma już dzisiaj ustala z bankiem kurs, po jakim rozliczy transakcję w przyszłości. Natomiast opcja walutowa daje prawo, ale nie zobowiązuje do kupna lub sprzedaży wybranej waluty za inną w dniu rozliczenia w przyszłości. Z użyciem opcji walutowych można także zbudować bardziej elastyczne struktury zabezpieczające indywidualne ryzyko walutowe danej firmy, z uwzględnieniem konkretnych terminów, wolumenów i kursów rozliczeń.

Strategia w 4 krokach

Podsumowując, opracowanie strategii zarządzania ryzykiem można zawrzeć w 4 podstawowych krokach. Pierwszym jest identyfikacja ryzyka i porównanie bieżących kursów z kursem budżetowym firmy. Następnie należy ustalić główne cele, które chcemy osiągnąć oraz oszacować wpływ zmienności na danej parze walutowej na marżę firmy. Kolejnym krokiem jest już budowanie strategii złożonej np. z zestawu instrumentów opisanych powyżej. Proces kończy wprowadzenie strategii w życie.

PRAWO

JAK NOWA USTAWA O ODPOWIEDZIALNOŚCI PODMIOTÓW ZBIOROWYCH WPŁYNIE NA SEKTOR MEBLARSKI?

Wszyscy zgadzają się co do tego, że przestępców trzeba karać. Zdarza się jednak, że nieuczciwe praktyki biznesowe, na których ewidentnie korzystają oszuści, uchodzą bezkarnie tylko dlatego, że nie ma komu przypisać za nie odpowiedzialności. Chociaż gotym okiem widać, że czyn zabroniony związany był bezpośrednio z działalnością gospodarczą, sprawcy bywają nieuchwytni albo niemożliwe jest ich zidentyfikowanie. Takie patowe sytuacje zmienić ma nowy projekt ustawy o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych (UOPZ), przygotowywany przez Ministerstwo Sprawiedliwości.

 JULIA BESZ, LL.M | ASSOCIATE DZP



Pierwszy projekt nowelizacji ustawy pojawił się już w 2018 r. i miał być rewolucją w podejściu do karania firm w Polsce. Powrót do prac legislacyjnych oznacza, że resort nie planuje porzucić idei zaostrzenia zasad ponoszenia odpowiedzialności przez przedsiębiorców. Można powiedzieć, że UOPZ będzie dla firm tym, czym dla osób fizycznych jest kodeks karny. Ponieważ firmy nie można „wsadzić do więzienia”, kary będą miały charakter głównie finansowy, i to dotkliwy, bo sięgający aż 50 mln PLN.

Przedsiębiorca będzie musiał dołożyć należytej staranności w wyborze, nadzorze i organizacji, aby uniknąć odpowiedzialności za popełnione przez podmioty współpracujące czyny zabronione. Gdy spółka odniesie korzyść na powiązanych z działalnością gospodarczą czynach, którego dopuści się jej pracownik, współpracownik czy kontrahent, a także jego pracownicy, obok prób ukarania sprawcy, możliwe będzie wszczęcie niezależnego postępowania wobec samej spółki. Decyzję o tym podejmować będzie samodzielnie prokurator, działając w tzw. interesie społecznym.

Oprócz sankcji finansowych sąd, do którego zostanie skierowany przez prokuratora akt oskarżenia, będzie dysponował szeregiem innych dotkliwych środków karnych orzekanych wobec podmiotu zbiorowego. Niektóre z nich to np. zakaz korzystania z subwencji, dotacji i innych form wsparcia, finansowanych ze środków publicznych. Z dotacji takich korzysta regularnie wiele firm meblarskich, a do katalogu samych środków pomocowych można zaliczyć także te, które zostały przygotowane w ramach rozwiązań tzw. Tarczy Antykryzysowej w związku z Covid-19, i które być może ponownie proponuje rząd w kolejnych falach zachorowań i lockdownu. Innymi środkami karnymi mają być zakaz promocji i reklamy, zakaz prowadzenia działalności określonego rodzaju czy stałe albo czasowe zamknięcie oddziału firmy. Można sobie więc wyobrazić, że w związku z wykrytą nieprawidłowością w sferze np. BHP czy środowiskowej w jednej z fabryk lub w oddziale firmy, zostaje on zamknięty na kilka miesięcy. Zastosowanie takiej kary i przestoje w fabrykach mogą być dla firm produkcyjnych czasem dotkliwszym niż sama kara finansowa.

Ustawa zaadresowana jest do dużych podmiotów zatrudniających od 250 pracowników. Mimo jej ponadbranżowego charakteru, można przypuszczać, że pewne sektory znajdują się w kręgu bliższego zainteresowania organów. Od początku debaty nt. UOPZ często wskazuje się na branże, których działalność negatywnie oddziałuje na środowisko. Jak twierdzą sami autorzy projektu, gdy wskutek przestępstwa powstanie szkoda w środowisku naturalnym, ukaranie sprawcy często nie jest w stanie zrehabilitować wywołanych strat. UOPZ ma wpisać się w trend zaostrzania sankcji za szkody wyrządzone w środowisku i wdrożyć wytyczne unijne w tym zakresie. Istnieje więc ryzyko, że pod lupą organów ścigania znajdą się także podmioty z branży meblarskiej.

Autorzy projektu podkreślają, że cel ustawy nie jest fiskalny i nie chodzi o to, aby nakładać kary, ale żeby zmotywować duże firmy do skutecznej prewencji nadużyć. W polskich firmach UOZP ma być powodem powołania do życia działów zarządzania zgodnością i ustanowienia compliance officerów odpowiedzialnych za nadzór nad przestrzeganiem zasad. To ważne szczególnie dlatego, że to przedsiębiorca będzie musiał wykazać, że zrobił wszystko, aby dobrze zorganizować przedsiębiorstwo i uniknąć nieprawidłowości.

Działania compliance podejmuje coraz więcej polskich firm i nie jest to wywołane jedynie możliwością uniknięcia czy obniżenia potencjalnej kary na gruncie UOPZ. Przedsiębiorcy, także z branży meblarskiej, zaczynają dostrzegać korzyści wynikające z posiadania systemów compliance: większa kontrola nad organizacją, właściwy podział odpowiedzialności za różne obszary w firmie, świadomość ryzyka na poziomie menadżerskim i pracowniczym czy wreszcie korzyści wizerunkowe i zaufanie partnerów biznesowych. Ważne, żeby wdrażając systemy compliance, patrzeć na organizację holistycznie, a nie jedynie przez pryzmat spełnienia minimalnych wymogów ustawy, wywołującej publicznie duże emocje. Tylko krytyczne spojrzenie na firmę i stały rozwój narzędzi mitygujących ryzyko może pomóc skutecznie zabezpieczyć organizację.

INWESTYCJE

EGGER DOTRZYMUJE SŁOWA

Budując fabrykę EGGER, zadeklarowano mieszkańcom Biskupca, że obok zakładu powstanie bocznicą kolejowa. Słowa dotrzymano, a kilka tygodni temu uruchomiono transport kolejowy.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW FIRMY EGGER

3 lipca 2020 r. to kolejna historyczna data dla firmy EGGER. W tym dniu do biskupieckiej fabryki wjechał pierwszy pociąg z dostawą surowców. To także ważna data dla mieszkańców Biskupca i okolic, bo została zainaugurowana działalność pierwszej od lat bocznic, zbudowanej od podstaw. To namacalny dowód, że EGGER poważnie podchodzi do kwestii środowiskowych i stawia na nowoczesny, proekologiczny transport kolejowy.

Pierwszy pociąg przywiózł klej z niemieckiej fabryki EGGER-a w Wismarze. Był to też sprawdzian wdrożonych procedur i procesów. Wszystko zagrało i obecnie regularnie co tydzień do Biskupca przyjeżdża kolejją z Niemiec transport kleju. Każdy pociąg to około 800 t ładunku, które wcześniej transportowały 33 ciężarówki. Trwają prace nad uruchomieniem kolejowej wysyłki gotowych produktów. Kolejją będzie przywożony także surowiec do zakładu, w tym zrębki i drewno okrągłe.

– Zrównoważony rozwój jest jednym z priorytetów Grupy EGGER. Stąd także nasze nastawienie na transport kolejowy, który jest ekologiczną alternatywą względem transportu drogowego. A uruchomienie bocznic jest spełnieniem złożonych wcześniej obietnic, dotyczących ograniczenia transportu przez miasto – podkreśla Michał Serafin, dyrektor logistyki i członek zarządu EGGER Biskupiec Sp. z o.o. – Planowany ruch kolejowy ma odbywać się w miarę możliwości poza godzinami szczytu, tak aby jego wpływ na ruch lokalny był jak najmniejszy – dodaje.

To wszystko jest możliwe dzięki umowie, jaką firma EGGER Biskupiec zawarła z PKP Polskie Linie Kolejowe. Zgodnie z kontraktem przeprowadzono prace modernizacyjne na odcinku Czerwonka-Biskupiec Reszelski oraz na samej stacji w Biskupcu Reszelskim. Wartość modernizacji to 18,6 mln zł. PKP PLK pod koniec ubiegłego roku wyremontowały odcinek linii kolejowej nr 223 Czerwonka – Biskupiec, wymieniając tor

na 8-kilometrowym szlaku. Remont objął także przebudowę torów i rozjazdów na stacji Biskupiec. Wymieniono nawierzchnię na 5 przejazdach kolejowo-drogowych. Sprawny przejazd pociągów zimą zapewnią urządzenia elektrycznego ogrzewania rozjazdów. Dla potrzeb jazd manewrowych wybudowano nowe oświetlenie na stacji Biskupiec.

Poza aspektem gospodarczym działalność EGGER-a ma też duże znaczenie prośrodowiskowe, ale również sentymalne. Początki kolei w Biskupcu sięgają końca XIX wieku. Wtedy w mieście powstała linia oraz dworzec. Przez lata pociągi woziły mieszkańców i turystów. Po transformacji w 1989 r. połączenia stopniowo likwidowano, aż do całkowitej rezygnacji z transportu osobowego w roku 2010. W ostatnich latach linia użytkowana była sporadycznie, na potrzeby transportu towarów. Budowa bocznic i plany firmy EGGER cieszą mieszkańców i sympatyków kolei. Pod informacjami o uruchomieniu bocznic w Internecie pojawiało się wiele pozytywnych komentarzy. Zostało to bardzo dobrze przyjęte również przez organizacje wspierające rozwój transportu kolejowego. W „Gazecie Olsztyńskiej” Piotr Skupisz z Instytutu Spraw Obywatelskich (kampania „TIR-y na tory”) chwalił kierunek wybrany przez firmę EGGER:

– Tu na podkreślenie zasługuje fakt, że sam przedsiębiorca wybudował bocznicę. Niestety, nie jest to powszechne działanie. Ale mam nadzieję, że nie jest powszechne póki co, bo widzimy już pierwsze jaskółki. To jest pozytywne i budujące. Firmy zauważają, że klienci coraz bardziej zwracają uwagę na to, czy firma dba o środowisko, czy chociaż stara się to robić.

Według specjalistów transport kolejowy jest o wiele czystszy od drogowego. Emisja zanieczyszczeń jest tu nawet ośmiokrotnie mniejsza. Budowa bocznic w Biskupcu jest potwierdzeniem zrównoważonej polityki środowiskowej całej Grupy EGGER.



EGGER POWAŻNIE PODCHODZI DO KWESTII ŚRODOWISKOWYCH I STAWIA NA NOWOCZESNY, PROEKOLOGICZNY TRANSPORT KOLEJOWY. Fot. EGGER

TARGI

MEBLE POLSKA W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

Targi MEBLE POLSKA 2020, które odbyły się pod koniec lutego w Poznaniu, okazały się ostatnim wydarzeniem targowym branży meblarskiej na świecie przed wybuchem pandemii koronawirusa. Wszystkie zaplanowane na kolejne miesiące targi mebli, w tym maraton targowy na Dalekim Wschodzie, zostały odwołane lub przełożone na późniejszy termin. Jaka zatem będzie kolejna edycja największych kontraktacji meblowych w Europie Środkowo-Wschodniej, które tym razem odbędą się już w całkiem nowej rzeczywistości?

 JÓZEF SZYSZKA,
DYREKTOR TARGÓW MEBLE POLSKA



Wbrew pozorom na pierwszy rzut oka prawdopodobnie nie zmieni się wcale aż tak wiele, oczywiście poza zauważalnymi obostrzeniami wynikającymi ze ścisłego reżimu sanitarnego opartego na zaleceniach Głównego Inspektoratu Sanitarnego. Już podczas minionej edycji targów MEBLE POLSKA 2020 obowiązywały nadzwyczajne środki zapobiegawcze, które umożliwiły bezpieczną organizację tego wydarzenia. Mimo iż targi odwiedziły tysiące zwiedzających z 70 krajów, od żadnego z wystawców czy grup zakupowych nie dotarła do nas po imprezie informacja o zakażeniu COVID-19 wśród uczestników targów. O bezpieczeństwie przestrzeni targowych przekonują także rosnące liczby gości na kolejnych wydarzeniach, organizowanych na terenach Międzynarodowych Targów Poznańskich już od połowy czerwca. Dzięki wdrożonym procedurom, kamerom termowizyjnym mierzącym temperaturę osobom wchodzącym na teren ekspozycji, dystrybutorom płynu do dezynfekcji rąk, rozmieszczonym na każdym kroku, czy limitowi osób przebywających na metrze kwadratowym wydaje się, że tereny targowe to obecnie najbezpieczniejsza przestrzeń publiczna w kraju. Oczywiście sytuacja jest dynamiczna, na bieżąco będziemy monitorować zalecenia służb sanitarnych i dostosowywać do nich zasady bezpieczeństwa panujące na terenie targów podczas MEBLE POLSKA.

Z punktu widzenia kupca meblowego zdecydowanie mniejsze ryzyko wiąże się z odwiedzeniem wybranych stoisk podczas targów niż z wielodniową pielgrzymką po Polsce i wizytami u poszczególnych dostawców. Liczymy, że do podobnego wniosku dojdą międzynarodowe grupy zakupowe i – podobnie jak to miało miejsce dotychczas – w lutym przyszłego roku znów wyślą do Poznania silne ekipy zaopatrzeniowców.

Dlatego pilnie obserwując sytuację na świecie, konsekwentnie realizujemy założony plan organizacji przyszłorocznych targów. Rozpoznawalność marki MEBLE POLSKA pozwoliła nam zrezygnować z bezpośrednich wizyt u klientów. Zamiast nich kontaktujemy się z potencjalnymi wystawcami telefonicznie i elektronicznie, przypominając im o promocyjnej ofercie cenowej obowiązującej do końca października. Odpowiedź na tę kampanię ze strony producentów mebli jest zaskakująco pozytywna. Wiele firm już teraz potwierdziło swoje zainteresowanie stoiskiem na MEBLE POLSKA 2021, rezerwując podobne powierzchnie ekspozycyjne do tegorocznych.

Trudno na tej podstawie generalizować, ale wiele wskazuje na to, że sytuacja w branży meblarskiej nie jest tak dramatyczna, jak mogło się wydawać w pierwszych miesiącach pandemii. Potwierdzają to zresztą wyniki badań firmy B+R Studio, według których spadek obrotów przemysłu meblarskiego w tym roku zamiast spodziewanych 17 mld zł wyniesie około 3 mld. Duża część firm, z którymi rozmawiamy, potwierdza, że po krótkim okresie załamania sprzedaży w kwietniu i maju nastąpiło solidne odbicie i w wielu fabrykach już od czerwca maszyny pracują pełną parą, a produkcja jest nawet większa niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Jeśli ta tendencja się utrzyma, będzie to dobry prognostyk na przyszłoroczną edycję targów.

Równolegle wystartowaliśmy już też z kampanią promocyjną wśród zagranicznych kupców meblowych, póki co nie skreślając z listy strategicznych rynków żadnego kraju. W ciągu pięciu miesięcy, które pozostały do targów, wiele może się jeszcze zmienić i możliwe jest, że w krajach, gdzie obecnie zagrożenie epidemiczne jest nadal wysokie, w lutym przyszłego roku sytuacja znacznie się poprawi. Dlatego będziemy kontynuować nasze działania zmierzające do przyjazdu do Poznania także w Stanach Zjednoczonych, gdzie, jeśli warunki pozwolą, tej jesieni w High Point po raz pierwszy pokaże się reprezentacja polskiego przemysłu meblarskiego. Liczymy, że w lutym amerykańscy kupcy będą mogli przylecieć do Poznania, by zapoznać się z szeroką ofertą polskich producentów mebli.

Będziemy pilnie obserwować, jak wystawcy i zwiedzający radzą sobie w nowych warunkach i ewentualnie dostosowywać formułę naszego wydarzenia do ich oczekiwań. Mamy jednak na uwadze, że kluczowym elementem formuły targów MEBLE POLSKA są indywidualne, często umówione wcześniej spotkania producentów z kupcami na stoiskach. Dlatego liczymy, że nawet gdyby na skutek obecnej sytuacji w targach nie wzięli udziału tak zwani oglądacze, czyli osoby wprawdzie mniej lub bardziej związane z branżą, ale niezainteresowane hurtowymi zakupami mebli i kontraktami, to nasi wystawcy nadal będą zadowoleni, bo dotrą na ich stoiska ich najważniejsi klienci, kontraktujący kolekcje na kolejny sezon. Być może okaże się, że pandemia tylko przyspieszy kierunek zmian w formule targów, w którym podążamy od pewnego czasu, czyli ku jeszcze większej profesjonalizacji wydarzenia i wzmocnieniu jego kontraktacyjnego charakteru.

B+R STUDIO

analizy rynku meblarskiego

Tomasz Wiktorski

www.brstudio.eu

Aktualizacja
COVID-19

Jak epidemia COVID-19 wpłynie na wyniki branży meblarskiej?

Czy produkcja mebli nadal będzie opłacalna?

Co dzieje się w eksporcie mebli?

Jakie wyzwania stoją przed branżą meblową?

POLSKIE MEBLE OUTLOOK

RAPORT 2020



Sprawdź lub zadzwoń:

www.brstudio.eu; tel. 790 027 920