

Warszawa, dn. 21.06.2024

Michał Strzelecki
Dyrektor Biura
Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli
Ul. Obywatelska 26/2a
02-409 Warszawa

Sz. P. Andrzej Dycha
Prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu
Ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

Dot. Kompleksowej organizacji stoisk narodowych na targach zagranicznych w ramach Sektorowego Programu Promocji

Szanowny Panie Prezesie,

W imieniu Członków i Rady Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli, jak również wielu niezrzeszonych firm meblarskich, chciałbym wyrazić swoje głębokie rozczarowanie i dezaprobatę wobec podejścia Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu do realizacji stoisk narodowych w ramach Sektorowego Programu Promocji (w projekcie pn. „Umiejdzynarodowienie MŚP – Brand HUB”, finansowanego z Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021-2027 (FENG)).

Branża meblarska to eksportowy sukces polskiej gospodarki. W 2023 roku wartość eksportu mebli w odniesieniu do produkcji sprzedanej branży meblarskiej sięgnęła rekordowych 97,3%, przy imporcie wynoszącym 23%. Pozytywne saldo wymiany zagranicznej branży meblarskiej wyniosło +47,5 mld złotych, istotnie przyczyniając się do poprawy bilansu płatniczego polskiej gospodarki. W zakresie salda wymiany międzynarodowej branża meblarska jest numerem jeden polskiego przetwórstwa przemysłowego, a wartość sprzedana meblarstwa odniesiona do polskiego PKB wynosi około 2,5%.

Kryzys wywołany rosyjską agresją na Ukrainę spowodował istotne problemy na światowych rynkach i spadek wartości oraz wolumenu eksportowanych mebli. Od początku kryzysu zatrudnienie w branży meblarskiej obniżyło się aż o 19 tysięcy etatów, czyli o 12%, i trend ten jest kontynuowany. Produkcja sprzedana w 2023 roku spadła

o 7%, a dynamika wyników w 2024 roku wskazuje na dalsze spadki sprzedaży. Polskie meble na świecie są wciąż sprzedawane głównie pod markami zagranicznych dystrybutorów, mimo że polskie firmy z uporem i ogromnym wysiłkiem walczą o promocję marki polskiego meblarstwa.

W kontekście tych faktów, działania promocyjne są niezwykle istotne i potrzebne dla utrzymania wysokiej pozycji polskiej branży meblarskiej na świecie, zapewnienia wysokich przepływów dewizowych do Polski, utrzymania miejsc pracy oraz wpływów podatkowych zarówno na poziomie krajowym, jak i lokalnym.

Z rosnącym zdumieniem i niedowierzaniem obserwuję kierunek, w którym zmierza realizacja Sektorowego Programu Promocji z perspektywy finansowej 2021-2027. Pozwolę sobie wymienić kilka podstawowych wad prowadzonych działań:

1. Uwzględnienie tylko dwóch rynków i dwóch imprez targowych w ramach programu. O ile wybór rynków nie budzi większych wątpliwości - zarówno USA, jak i Indie to duże kraje, gdzie polskie meblarstwo może odnieść sukces, to ograniczenie możliwości wnioskowania o dotacje przez MŚP tylko do tych imprez stanowi poważne ograniczenie. Lepszym rozwiązaniem było stosowane w poprzedniej edycji programu podejście, w którym firmy mogły wybierać kilka imprez/działań, spośród których co najmniej jedna była skierowana na rynek perspektywiczny. W sytuacji niepewności gospodarczej i kryzysu obecne podejście odstrasza większość firm od aplikowania.
2. Kierowanie się w przetargach na wykonanie stoisk promocyjnych tylko kryterium ceny! „Narodowe stoisko promocyjne” na targach Index Plus w New Delhi, zgodnie z opublikowanym kilka dni temu postępowaniem przetargowym, najprawdopodobniej będzie wyposażone wyłącznie w indyjskie meble, co całkowicie zniweczy wysiłki podjęte w celu wypromowania Polski na tym rosnącym rynku! Specyfikacja postępowania nie uwzględnia oceny projektu stoiska, nie narzuca obowiązku wykorzystania polskich produktów do wyposażenia stoiska, a koncentruje się głównie na kryterium ceny, ponieważ doświadczenia organizatora trudno uznać za faktyczny miernik jakości stoiska. Dodajmy, że kryterium to jest określone tak nisko i niespecyficznie, że każda firma zajmująca się wystawami targowymi jest w stanie spełnić to wymaganie. Kolejna sprawa: postępowanie jest ogłoszone na 7 tygodni przed wystawą, która odbędzie się na innym kontynencie. Stoisko zarezerwowane jest natomiast od 6 miesięcy! Przy tak skonstruowanym przetargu i braku czasu, PAIH będzie zmuszony zaakceptować wykonawcę, który wykona prowizoryczną konstrukcję „z dykty” i z azjatyckimi meblami - ale za to będzie wykonawcą z najniższą ceną. Takie podejście urąga randze przemysłu meblarskiego i nie może być popierane przez jej Samorząd Gospodarczy. Postępowanie to stoi również w sprzeczności z misją

i odpowiedzialnością, jaką powinna stawiać przed sobą sama PAIH w zakresie promocji Polski, polskiej gospodarki i branży meblarskiej.

3. Brak konstruktywnego dialogu z organizacjami branżowymi w zakresie przygotowania i prowadzenia programów promocji. Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli od 2020 roku prowadzi program promocji polskiej branży meblarskiej w USA, a w związku z tym posiada ogromne doświadczenie na tym polu. O ile udało nam się nawiązać merytoryczną i owocną współpracę z Zagranicznymi biurami Handlowymi PAIH w Chicago, Nowym Jorku i Houston, to doświadczenia z tej współpracy nie są uwzględniane przy przygotowaniu programu promocji. Na przykład: targi w High Point odbywają się dwa razy w roku, a w programie promocji uwzględnia się tylko jedną edycję rocznie. W praktyce organizacja jednej edycji rocznie jest możliwa wyłącznie na przestrzeni tymczasowej, dedykowanej dla firm azjatyckich. Ogłaszanie przetargu na jedną edycję uniemożliwia wybudowanie wysokiej jakości stałego polskiego showroomu, tak jak robią to szanujące się firmy w USA, a którego oczekuje branża meblarska. Stałe showroomsy w High Point stanowią ponad 95% powierzchni wystawienniczej. Podobnych elementów związanych z lekceważącym podejściem do polskich przedsiębiorców, jak i wydatkowania środków publicznych, jest niestety dużo więcej.

Wskazane przykłady wskazują na niepokojący fakt, iż PAIH nie wyciąga absolutnie żadnych wniosków z realizowanych programów promocji w latach poprzednich – zarówno tych, gdzie za realizację była odpowiedzialna agencja promocyjna, jak i wcześniej sama PAIH. Do każdego z tych programów zarówno nasza Izba, jak i sami przedsiębiorcy przekazywali wiele uwag zarówno do kierowanej przez Pana Agencji, jak i do Ministerstwa Rozwoju i Technologii. Praktycznie żadne z tych uwag nie zostały uwzględnione w obowiązującym programie, czego efektem są powielane od lat błędy.

Szanowny Panie Prezesie, meblarstwo to branża, gdzie efekt wizualny jest niezwykle ważny. To branża, gdzie sprzedaje się pozytywne wrażenie klienta w zakresie produktu, którego klient musi dotknąć ręką, usiąść w fotelu czy sprawdzić na własne oczy jego jakość. Nie można tego wszystkiego osiągnąć za pomocą folderów czy narzędzi VR. A już totalnym zaprzeczeniem celu promocji jest wystawienie na stoisku niskiej jakości, podrabianych wzorów mebli nieznanego pochodzenia (często niestety azjatyckiego). Dlatego jako do nowego prezesa PAIH apelujemy o pilną zmianę zapisów SIWZ w toczącym się postępowaniu na organizację narodowego stoiska branży meblarskiej podczas targów Index Plus w New Delhi i podjęcie dialogu, w taki sposób, aby rzeczywiście promowana była polska branża meblarska, a wydatkowane na ten cel środki przyniosły wymierne korzyści polskiej gospodarce i polskim firmom meblarskim.



OGÓLNOPOLSKA
IZBA
GOSPODARCZA
PRODUCENTÓW
MEBLI

Z poważaniem

Michał Strzelecki
Dyrektor Biura Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli

Do wiadomości:

- Pan Krzysztof Paszyk, Minister Rozwoju i Technologii
- Pan Andrzej Domański, Minister Finansów
- Pani Katarzyna Pełczyńska-Nałęcz, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej
- Pani Katarzyna Duber – Stachurska, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
- Przedstawiciele mediów ogólnopolskich jak i branżowych