

MEBLE NEWS NEWS NEWS

CREATED
MADE
IN POLAND



W NUMERZE

WYWIAD

Dwukrotnie więcej wystawców / **str. 4**

Jedyną tak prestiżową spotkaniem branży komponentów do produkcji mebli w Polsce / **str. 6**

INFORMACJE

Jak ocenić sytuację na rynku mebli kuchennych w Polsce? / **str. 8**

Prognoza eksportu mebli 2012 / **str. 10**

STATYSTYKA

Producenci pod murem kosztów / **str. 12**



OGÓLNOPOLSKA IZBA
GOSPODARCZA
PRODUCENTÓW MEBLI

04-028 WARSZAWA

al. Stanów Zjednoczonych 51, pokój 614

tel. 022/517 78 39

fax 022/517 77 19

www.oigpm.org.pl

www.mebble.org.pl

oigpm@oigpm.org.pl

Prezes

Jacek Twaróg

Wiceprezesa

Maciej Formanowicz

Tadeusz Respondek

Wydawca:

WYDAWNICTWO
INWESTOR 

83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42

tel. centr. 058/531 27 53

531 71 77, 531 30 23

www.wydawnictwoinvestor.pl

info@wydawnictwoinvestor.pl

Prezes

Zbigniew Owsiak

Wiceprezes

Rafał Sidor

Redakcja

Katarzyna Orlikowska

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. 058/531 27 53, 531 71 77

531 30 23

www.meblarstwo24.pl



str. 9



TOMASZ KOBIŃSKI, WICEPREZES ZARZĄDU
MIĘDZYNARODOWYCH TARGÓW POZNAŃSKICH

CREATED IN POLAND

Polska jest trzecim dostawcą mebli na rynku Unii Europejskiej i czwartą światową potęgą sektora meblowego. Aż dziewięć z dziesięciu wytworzonych w naszym kraju produktów przemysłu meblarskiego trafia do salonów, biur, kuchni i ogrodów całego świata. W 2011 roku meble z Polski wysłano do 160 krajów. Ze statystyk wynika, że przynajmniej jeden mebel znajdujący się w mieszkaniu czy biurze Niemca, Francuza albo Brytyjczyka został wyprodukowany w Polsce. Ilu z nich zdaje sobie z tego sprawę? Obawiam się, że odpowiedź „niewielu” może być w tym przypadku, niestety, nieco zbyt optymistycznym założeniem.

Przyczyna jest prosta – zdecydowana większość polskich wyrobów eksportowych sprzedawana jest za granicą pod obcymi markami lub przynajmniej takimi, które nie zdradzają ich polskiego pochodzenia. W ten sposób producenci zwiększają swoje szanse sprzedażowe, bowiem polskie meble – mimo iż jakościowo dorównują najlepszym zagranicznym produktom na rynku – nie wyrobiły sobie z różnych przyczyn silnej marki.

Jest szansa, aby to zmienić i stopniowo – równoległe do sprzedaży pod markami obcymi – zwiększyć eksport mebli opatrzonych polską „metką”. Ministerstwo Gospodarki uruchomiło szeroko zakrojony program promocji branży meblowej za granicą, który realizowany jest przez konsorcjum Międzynarodowych Targów Poznańskich i Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli. Jednym z jego podstawowych celów jest zaistnienie na rynkach zagranicznych polskiej specjalności eksportowej, jaką niewątpliwie są meble, i budowa nowej marki „Polska Furniture”, w której wizerunek – zgodnie z hasłem „Created in Poland” – wpisana ma być najwyższa jakość, design i funkcjonalność. Docelowo ma ona wspierać działalność polskich producentów na światowych rynkach.

Ale program już teraz daje wsparcie polskim producentom mebli. W jego ramach do roku 2015 zorganizowana zostanie m.in. cała seria szkoleń dla eksporterów, zagranicznych misji gospodarczych i grupowych wystąpień targowych dofinansowanych w 75-proc. ze środków ministerstwa. Już w styczniu polska branża meblowa zaprezentuje się szeroko podczas targów w Kolonii, Paryżu i Birmingham, a w marcu przyjadą do Poznania na targi MEBLE POLSKA zagraniczni kupcy meblowi i dziennikarze. Nie mam wątpliwości, że wyjadą do domów przekonani o trafności hasła „Created in Poland”.

DWUKROTNIĘ WIĘCEJ WYSTAWCÓW

Rozmowa z Józefem Szyszką, dyrektorem targów MEBLE POLSKA

⊙ KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: Tegoroczna edycja MEBLE POLSKA była ogromnym sukcesem i potwierdziła siłę poznańskich targów. Jak zapowiada się edycja w roku 2013?

Józef Szyszka: Rzeczywiście, tegoroczne targi potwierdziły słuszność decyzji o zmianie ich formuły wdrożonej przed dwoma laty. Zanotowaliśmy kolejny skokowy wzrost liczby wystawców i zwiedzających. Stoiska ponad 200 firm odwiedziło 13 000 profesjonalnych zwiedzających, w tym głównie kupców meblowych z 42 krajów. Cała ekspozycja zajęła blisko 30 000 mkw. Nie chciałbym zapeszyć, ale wbrew pesymistycznym prognozom na temat stanu gospodarki w najbliższej przyszłości, dotychczasowy bilans zgłoszeń wskazuje, że przyszłoroczna edycja targów MEBLE POLSKA będzie jeszcze większa niż ostatnio. Na chwilę obecną do udziału w tych największych w kraju targach meblowych zgłosiło się dwukrotnie więcej wystawców niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Meble News: Jakie argumenty najbardziej przyciągają wystawców?

J.Sz.: Sukces tegorocznej edycji – a zwłaszcza liczna obecność kupców meblowych ze wschodniej i zachodniej Europy – sprawił, że wielu liderów rynku już zgłosiło chęć udziału w targach. Wśród wystawców są m.in.: Grupa IMS, Szynaka Meble, Klose, Forte, VOX, Gawin Group, Vero, Gala Collezione, COTTA, Klaster EL-BŁĄG, Wajnert Meble czy Fabryka Mebli Wójcik. Spodziewamy się, że przyszłoroczne targi zajmą ponad 40 000 mkw. Miejsca dla wystawców z pewnością nie zabraknie. Infrastruktura targowa w Poznaniu pozwala obsłużyć 110 000 mkw. i tyle docelowo może zająć ekspozycja targów MEBLE POLSKA. Jak już wspominałem, od 2010 roku targi MEBLE POLSKA odbywają się w nowej kontraktacyjnej formule. Z imprezy otwartej, adresowanej zarówno do profesjonalistów z branży, jak i do klientów ostatecznych, zmieniły się w targi o charakterze stricte biznesowym. W ciągu trzech lat od wprowadzenia zmian impreza pod względem powierzchni i wystawców urosła dwukrotnie, a liczba kupców meblowych odwiedzających targi w tym samym czasie zwiększyła się trzykrotnie. Do Poznania przyjeżdżają wszyscy liderzy polskiego przemysłu meblowego oraz mniejsi producenci, a także reprezentanci branży z zagranicy. Ponadto targi MEBLE POLSKA 2013 wzorem tego roku będą elementem większego bloku tematycznego, w którego skład wchodzi także dwie inne imprezy: Home Decor, czyli targi wystroju i wyposażenia wnętrz o podobnym, kontraktacyjnym profilu, oraz dedykowane wzornictwu przemysłowemu wydarzenie arena DESIGN. Umożliwi to budowanie wielopoziomowych relacji na linii producent – odbiorca – projektant.



– Spodziewamy się, że przyszłoroczne targi zajmą ponad 40 000 mkw. Miejsca dla wystawców z pewnością nie zabraknie. Infrastruktura targowa w Poznaniu pozwala obsłużyć 110 000 mkw. i tyle docelowo może zająć ekspozycja targów MEBLE POLSKA – mówi Józef Szyszka.



Meble News: A kto odwiedza targi MEBLE POLSKA?

J.Sz.: Prawdziwym atutem poznańskich targów meblowych są profesjonalni zwiedzający z kilkudziesięciu krajów, dla których przygotowaliśmy specjalny pakiet świadczeń i udogodnień. Podczas ostatniej edycji targów MEBLE POLSKA znaczącą grupę wśród odwiedzających stanowili niemieccy kupcy meblowi – aż 22 proc. wszystkich gości z zagranicy. Nie zabrakło także profesjonalistów z Litwy, Czech, Słowacji, Rosji, Holandii, Białorusi, Belgii, Francji, Węgier i Włoch. Proekspozycyjny profil oraz międzynarodowy klimat targów sprawiają, że są one idealnym miejscem do budowania wizerunku firmy i sieci kontaktów w branży oraz lokowania produktu na rynku.

Meble News: MEBLE POLSKA zostały wytypowane do udziału w realizowanym przez Ministerstwo Gospodarki „Branżowym Programie Promocji Branży Meblarskiej”.

J.Sz.: W przyszłym roku wystawcy będą mogli liczyć na dodatkowe korzyści płynące właśnie z faktu, że MEBLE POLSKA zostały wytypowane do udziału w tym programie. W ramach niego, pod hasłem „Created in Poland”, targi w Poznaniu odwiedzą kupcy meblowi oraz dziennikarze z Niemiec, Ukrainy, Rosji, Francji i Wielkiej Brytanii.

Meble News: Czy patrząc na sukces poznańskich targów meblowych, można powiedzieć, że w polskim meblarstwie dobrze się dzieje? Prognozy na 2013 rok nie są za bardzo optymistyczne.

J.Sz.: Z perspektywy organizatora targów nie widać na razie sygnałów znaczącego spowolnienia w branży. Nie oznacza to jednak, że poszczególni producenci nie odczuwają – miejmy nadzieję przejściowych – trudności, będących skutkiem narastających zatorów płatniczych czy spadku popytu na rynku krajowym. Paradoksalnie jednak kryzys w strefie euro, do której trafia znakomita większość naszego eksportu mebli, może przynieść polskim producentom niespodziewane pozytywne skutki. W czasie kryzysu dystrybutorzy mebli, aby ograniczyć ryzyko zapchania magazynów towarami, na które trudno znaleźć nabywców, będą zapewne skłonni do podpisywania kontraktów na mniejsze dostawy. Może się okazać, że w takim przypadku bardziej będzie się opłacało sprowadzić nieco droższe meble z Polski niż przy małych transzach przepłacać za transport towarów z Chin i innych krajów Dalekiego Wschodu. To szansa na dodatkowe zamówienia dla polskich firm i poszerzenie rynku.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.



PODZAS OSTATNIEJ EDYCJI TARGÓW MEBLE POLSKA ZNACZĄCĄ GRUPĘ WŚRÓD ODWIEDZAJĄCYCH STANOWILI NIEMIECCY KUPCY MEBLOWI – AŻ 22 PROC. WSZYSTKICH GOŚCI Z ZAGRANICY. FOT. K. ORLIKOWSKA

JEDYNE TAK PRESTIŻOWE SPOTKANIE BRANŻY KOMPONENTÓW DO PRODUKCJI MEBLI W POLSCE

Rozmowa z Hanną Ochnik-Pawłowską, dyrektor projektu targów FURNICA

⊙ KATARZYNA ORLIKOWSKA

Meble News: Lata, w których odbywają się targi interzum w Kolonii, przyzwyczały gości odwiedzających targi FURNICA do mniejszej liczby wystawców. Jaka będzie edycja FURNIKI 2013?

Hanna Ochnik-Pawłowska: Jesteśmy przekonani, iż lista wystawców Międzynarodowych Targów Komponentów do Produkcji Mebli FURNICA 2013 nie będzie krótsza od listy z tegorocznej edycji. Mimo iż wielu liderów rynku odwiedzi w tym roku targi w Kolonii, planują oni także wizytę na rodzimych targach w Poznaniu. Liczba dotychczasowych zgłoszeń oraz fakt, iż Polska zajmuje czołowe miejsce wśród eksporterów mebli w Europie i na świecie, sprawiają, że obecnie nie odnotowaliśmy spadku zainteresowania i ilości zapytań od potencjalnych wystawców. Szczególnym zainteresowaniem, także wśród liderów rynku, cieszy się organizowana na przemian z EUROPEJSKIM DESIGNEM wystawa UROK DETALU.

Meble News: Co na tej wystawie będzie można zobaczyć?

H.O.-P.: Na specjalnie zaprojektowanej przestrzeni będzie można zobaczyć wykorzystywane w życiu codziennym komponenty w nowej odsłonie. Intrygująca nazwa „W kręgu iluzji”, odzwierciedlająca tematykę tej przestrzeni, jest najlepszą zachętą do odwiedzenia targów FURNICA w Poznaniu w dniach 16-19 kwietnia 2013 roku. Integralną część wystawy stanowić będzie sala konferencyjna, gdzie uczestnicy spotkań będą mieli okazję poszerzyć swoją wiedzę o typowo branżowe zagadnienia, jak na przykład: „Visual merchandising w niemieckich i polskich salonach meblowych” czy „Profesjonalna obsługa reklamacji w branży meblowej”. Na tę edycję targów przygotowaliśmy również tematy wpisujące się w obecne trendy promocji i marketingu. Chętni będą mogli poznać tajniki nowych mediów na seminariach: „Jak skutecznie wykorzystać Facebooka w promocji własnej firmy?” oraz „YouTube – szanse i możliwości w promocji własnej firmy, czyli tajniki komunikacji marketingowej w Social Media”. Prelegenci, wśród których nie zabraknie znanego w branży meblarskiej eksperta ds. komunikacji marketingowej dr. Marka Borowińskiego, zapewnią wysoki poziom prezentacji.

Meble News: Wiele jest głosów ze strony branżowców, którzy za słuszną formę targów uważali połączone Drempę, Furnikę i MEBLE POLSKA. Jak pani odnosi się do takich komentarzy?

H.O.-P.: Podążając za światowymi trendami mającymi na celu or-



– Ośmioletnia tradycja targów FURNICA pozwoliła na zbudowanie rozpoznawalnej marki cenionej nie tylko w kraju, ale także za granicą, o czym świadczy rosnąca liczba wystawców z innych państw. Podczas tegorocznej edycji na powierzchni blisko 5,5 tys. mkw. swoje produkty prezentowało niemal 200 wystawców z 17 krajów

– mówi Hanna Ochnik-Pawłowska.



ganizowanie jeszcze bardziej specjalistycznych imprez targowych, Międzynarodowe Targi Poznańskie w 2006 roku zdecydowały się na rozdzielenie targów MEBLE POLSKA, DREMA oraz FURNICA. Kilka lat później, w 2010 roku targi MEBLE POLSKA przeszły gruntowną metamorfozę i od tego momentu stały się targami typowo kontraktacyjnymi, kierowanymi do kupców meblowych. Towarzyszące im od czasu zmian targi HOME DECOR oraz wydarzenie arena DESIGN doskonale uzupełniają ofertę kierowaną do tej grupy docelowej. Targi FURNICA i DREMA odwiedzają natomiast decyzyjni profesjonaliści, którzy reprezentują różne sektory branży meblarskiej, ale przede wszystkim aktywnie poszukują kontaktów z najlepszymi na rynku dostawcami komponentów.

Meble News: Jak zachęciłaby pani do wystawienia się i odwiedzenia Furniki?

H.O.-P.: Targi FURNICA to jedyne tak prestiżowe spotkanie branży komponentów do produkcji mebli w Polsce. Ośmioletnia tradycja pozwoliła na zbudowanie rozpoznawalnej marki cenionej nie tylko w kraju, ale także za granicą, o czym świadczy rosnąca liczba wystawców z innych państw. Podczas tegorocznej edycji na

powierzchni blisko 5,5 tys. mkw. swoje produkty prezentowało niemal 200 wystawców z 17 krajów. Wieloletnie doświadczenie w organizowaniu targów pozwoliło na wypracowanie skutecznych narzędzi know-how, zapewniających profesjonalną organizację, a przede wszystkim stanowiących efektywne wsparcie promocyjne firm prezentujących się podczas targów.

Meble News: Jakie są główne atuty targów organizowanych przez MTP?

H.O.-P.: Nowe inwestycje, bogata infrastruktura i profesjonalizm to wartości, które od lat pozwalają nam nosić miano największego i najnowocześniejszego centrum wystawienniczo-konferencyjnego w Polsce i pokusić się o adekwatny tytuł w Europie Środkowo-Wschodniej. Już 15 grudnia odbyło się otwarcie dostosowanego do potrzeb organizacji międzynarodowych kongresów obiektu mieszczącego 38 sal konferencyjnych, przestrzenie VIP oraz salę widowiskowo-koncertową dla 2000 osób. Wydarzenie to uświetni koncert amerykańskiej wokalistki Macy Gray.

Meble News: Dziękuję za rozmowę.



PODZAS TEGOROCZNEJ EDYCJI TARGÓW FURNICA NA POWIERZCHNI BLISKO 5,5 TYS. MKW. SWOJE PRODUKTY PREZENTOWAŁO NIEMAL 200 WYSTAWCÓW Z 17 KRAJÓW. FOT. K. ORLIKOWSKA

METODYKA OBLICZANIA WARTOŚCI RYNKU

JAK OCENIĆ SYTUACJĘ NA RYNKU MEBLI KUCHENNYCH W POLSCE?

Po przeanalizowaniu przez B+R Studio oficjalnych danych dotyczących wartości i produkcji mebli, należy stwierdzić, że segment mebli kuchennych również doświadczył niepokojących zmian w wyniku kryzysu.

◎ TOMASZ WIKTORSKI, MILENA DOROZIŃSKA

Przy dzisiejszym stylu życia dla wielu z nas kuchnia stanowi jedno z najważniejszych pomieszczeń w domu. W dobie globalizacji i szybkiego tempa życia kuchnia spełnia rolę miejsca, w którym nie tylko się gotuje, przygotowuje posiłki, zmywa naczynia, ale jest również miejscem konsumpcji, rozmów, spotkań rodzinnych i towarzyskich. W skrócie: w kuchni spędzamy relatywnie dużo czasu. W związku z powyższym powinna ona nie tylko posiadać walory estetyczne, ale i być wyposażona w praktyczne i funkcjonalne meble, które uczynią codzienną pracę łatwiejszą i bardziej sprawną, a użycie nowoczesnych systemów i technologii zagospodarowania stref kuchennych odmieni charakter standardowego umeblowania kuchni. Sektor mebli kuchennych niewątpliwie jest jednym z najszybciej zmieniających się i rozwijających sektorów meblarskich. Wpływ na to ma między innymi nastawienie konsumentów, którzy coraz częściej są świadomi własnych wyborów, a ich oczekiwania wzrastają wraz z zasobami portfela.

Niepokojące zmiany

Branża meblarska w Polsce odczuła negatywne skutki światowego kryzysu, który trwa nieprzerwanie od połowy 2007 roku. Po przeanalizowaniu przez B+R Studio oficjalnych danych dotyczących wartości i produkcji mebli, należy stwierdzić, że segment mebli kuchennych również doświadczył niepokojących zmian w wyniku kryzysu. Jak ocenić sytuację na rynku mebli kuchennych w Polsce? Nie funkcjonują regularne systemy zbierania danych, które w sposób jasny i oczywisty przedstawiłyby wartość rynku. Odpowiedź na to pytanie wymaga skomplikowanych obliczeń, które muszą być poprzedzone odpowiednimi założeniami, badaniami, analizami i spostrzeżeniami.

Szacowanie wartości rynku

Ustalenie wartości rynku mebli kuchennych dla klientów indywidualnych możemy rozpocząć, bazując na oficjalnych danych z Głównego Urzędu Statystycznego dotyczących przeciętnych wydatków gospodarstw domowych na meble, obliczeniach dokonanych przez B+R Studio oraz na wynikach badania „Analiza potencjału popytowego i podażowego branży meblarskiej” zrealizowanego na zlecenie OIGPM. Ustalono, że odsetek gospodarstw domowych dokonujących zakupów mebli kuchennych zawierać się będzie w przedziale 5 i 9 proc. Na podstawie

B+R
STUDIO



Rynek mebli kuchennych w Polsce 2012



B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli

INFORMACJE DOTYCZĄCE RYNKU MEBLI KUCHENNYCH W POLSCE MOŻNA PRZECZYTAĆ W RAPORCIE „RYNEK MEBLI KUCHENNYCH W POLSCE 2012” PRZYGOTOWANYM PRZEZ B+R STUDIO WRAZ Z OIGPM. RAPORT TEN TO NAJLEPSZE JAK DO TEJ PORY OPRACOWANIE TEGO SEKTORA W POLSCE. RAPORT W CENIE 990 ZŁ NETTO DOSTĘPNY JEST W BIURZE IZBY.

tych samych badań udział wydatków na meble kuchenne został ustalony w przedziale 21-30 proc. Następnie należy ustalić liczbę pomieszczeń kuchennych funkcjonujących w Polsce. Oszacowanie tej liczby wiąże się z pewnymi założeniami. A mianowicie należy wziąć pod uwagę to, iż we wszystkich nowych mieszkaniach jest co najmniej i najczęściej jedno pomieszczenie kuchenne. W meble kuchenne wyposażane są zarówno mieszkania nowe, jak i stare (wymiana mebli). W 2011 roku najwięcej lokali oddano do użytku w województwie mazowieckim, wielkopolskim i małopolskim, a ich liczba stanowiła niespełna 40 proc. wszystkich nowych mieszkań. Natomiast w województwie opolskim, lubuskim i świętokrzyskim zanotowano najmniejszą ilość lokali oddanych do użytku w 2011 roku. Łączna liczba nowych mieszkań w tych województwach stanowiła jedynie 6 proc. liczby wszystkich nowych mieszkań, a całkowita liczba lokali oddanych do użytku w 2011 r. wyniosła 130 954. Oprócz tego należy przyjąć tezę, że liczba wszystkich mieszkań porównywalna jest do liczby gospodarstw domowych, czyli na jedno gospodarstwo domowe przypada jedno mieszkanie z co najmniej jednym pomieszczeniem wyposażonym w meble kuchenne. Odsetek gospodarstw domowych deklarujący zakup mebli kuchennych będzie w przybliżeniu równy ilości pomieszczeń kuchennych wyposażanych w meble w odniesieniu do łącznej liczby mieszkań, tj. 13 552 965. Wobec powyższych założeń należy wziąć pod uwagę, że deklarowany zakup mebli kuchennych nie odbywa się w jednym etapie. Na podstawie przeprowadzonego wywiadu eksperckiego wiemy, że część konsumentów w okresie 1-3 lat uzupełnia posiadane już komplety mebli. Odsetek gospodarstw domowych dokonujących zakupu mebli kuchennych może nie być jednakowy w poszczególnych województwach ze względu na różnice w rozkładzie

dochodu rozporządzalnego, ale na obecnym etapie przyjmuje się, że odchylenie mieści się w granicach błędów obliczeń.

Wpływ wydatków

Kolejnym ważnym elementem pomocnym w oszacowaniu potencjału województw jest ustalenie wartości przeciętnych wydatków na meble i elementy meblowe na osobę w poszczególnych województwach. W tym celu skorzystano z zależności, która przedstawia się następującym wzorem: $y = 0,31x - 3,97$, gdzie „y” oznacza przeciętne miesięczne wydatki na meble na jedną osobę w złotych, a „x” wydatki na wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego podane w publikacjach GUS. Współczynnik korelacji jest równy $r = 0,924$. W tej sytuacji należy zgodzić się ze stwierdzeniem, że wartość wydatków na meble wiąże się z dochodami klienta, a poziom dochodów decyduje o tym, czy dane gospodarstwo domowe jest bardziej skłonne do zakupu nowych mebli, remontów i unowocześniania dotychczasowych rozwiązań, czy też nie. Poziom dochodów będących do dyspozycji klienta decydować będzie też o wartości zakupionych mebli kuchennych.

Rynek mebli kuchennych pod względem wartości zestawu mebli został podzielony na trzy główne segmenty: ekonomiczny wraz z podsegmentem ultraekonomicznym, średni i wysoki. Z dokładną charakterystyką każdego z segmentów mogą zapoznać się Państwo w raporcie „Rynek mebli kuchennych w Polsce 2012”. Informacje uzupełnione są o dane dotyczące wartości każdego z segmentów, rozkładu dochodów Polaków i potencjału zakupowego poszczególnych województw. Ponadto cennymi wskazówkami z pewnością będą informacje o oczekiwaniach konsumentów wobec producentów mebli i akcesoriów kuchennych.



PRODUKCJA MEBLI KUCHENNYCH NIEWĄTPLIWIE JEST JEDNYM Z NAJSZYBCIEJ ZMIENIAJĄCYCH SIĘ I ROZWIJAJĄCYCH SEKTORÓW MEBLARSKICH.

FOT. KRIS-MAR

NA JAKIE RYNKI WARTO SPRZEDAWAĆ MEBLE?

PROGNOZA EKSPORTU MEBLI 2012

Ocenia się, że wartość eksportu mebli z Polski w 2012 roku wyniesie 6,6 mld euro. Oznaczać to będzie blisko 3 proc. wzrostu wobec wyniku z 2011 roku, który wynosił 6,4 mld euro. Takie informacje płyną z najnowszej prognozy opracowanej przez ekspertów B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego we współpracy z Izba.

 TOMASZ WIKTORSKI

Kierunki eksportu polskich mebli od lat są utarte. W tym roku wśród głównych odbiorców należy wymienić kraje UE oraz USA, choć łącznie meble polskich producentów trafią do 139 krajów, a do 55 z nich dostawy przekroczą 1 mln euro. Porównując te dane z rokiem 2011, liczba ogólna odbiorców prawdopodobnie zmniejszy się o 15 krajów, a tych z dostawami powyżej 1 mln euro – o 4 kraje. Nie wpłynęło to jednak na blokadę rozwoju sprzedaży eksportowej, której wzrost szacuje się na poziomie 2,5-2,9 proc. w ujęciu wartościowym w euro. Natomiast kraje, do których w tym roku nie trafią polskie meble, to egzotyczne destynacje, o symbolicznych obrotach, takie jak: Kambodża, Madagaskar, Korea Północna itp.

Branża meblarska powinna być zadowolona z tegorocznych wyników eksportowych. Kurs złotówki do euro utrzymuje się na atrakcyjnym poziomie, eksport do głównych odbiorców wzrasta. Najwyższą dynamikę wzrostu notują: Rosja, Portugalia, Szwajcaria, Słowacja i Dania – wzrosty od 12 do 44 proc. Z kolei ograniczenia eksportu dotyczą: Włoch, Hiszpanii, USA, Kanady i Szwecji – notowane spadki w zakresie od minus 13 proc. do minus 28 proc.



Branża meblarska powinna być zadowolona z tegorocznych wyników eksportowych. Kurs złotówki do euro utrzymuje się na atrakcyjnym poziomie, eksport do głównych odbiorców wzrasta. Najwyższą dynamikę wzrostu notują: Rosja, Portugalia, Szwajcaria, Słowacja i Dania – wzrosty od 12 do 44 proc. Z kolei ograniczenia eksportu dotyczą: Włoch, Hiszpanii, USA, Kanady i Szwecji – notowane spadki w zakresie od minus 13 proc. do minus 28 proc.

B+R
STUDIO



Prognoza eksportu mebli
2012

B+R Studio Analizy Rynku Meblarskiego
Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli

W opracowaniu przedstawiono dane o eksporcie mebli po siedmiu miesiącach 2012 roku w ujęciu geograficznym (kraje eksportu) oraz według grup mebli (wartości i masa). Przedstawiono prognozy wartości na koniec 2012 roku.

Trudno jednoznacznie ocenić wyniki eksportu mebli w 2012 roku. Według szacunków B+R Studio wartość eksportu mebli w 2012 roku przekroczy 6,6 mld euro, natomiast waga wyeksportowanych mebli będzie mniejsza o około 0,9 proc. Z rankingu top 20 krajów odbierających meble z Polski wartość eksportu wzrosła w przypadku 12 z nich, ale w przypadku 8 – zmalała.

Raport „Prognoza eksportu mebli 2012” wyraźnie wskazuje, które z kierunków eksportu regularnie, od kilku lat, tracą na znaczeniu, a które zyskują. Można również prześledzić, jak zmienia się wolumen eksportu, a w konsekwencji i ceny eksportowanych towarów. W raporcie przedstawiono również zmiany, które towarzyszą poszczególnym grupom mebli, takim jak: meble tapicerowane, mieszkaniowe, kuchenne, biurowe i inne. Na podstawie prognozowanych danych przedstawionych w raporcie można już dziś ocenić własne wyniki i podjąć decyzje odnośnie planów działania na przyszły, 2013 rok.

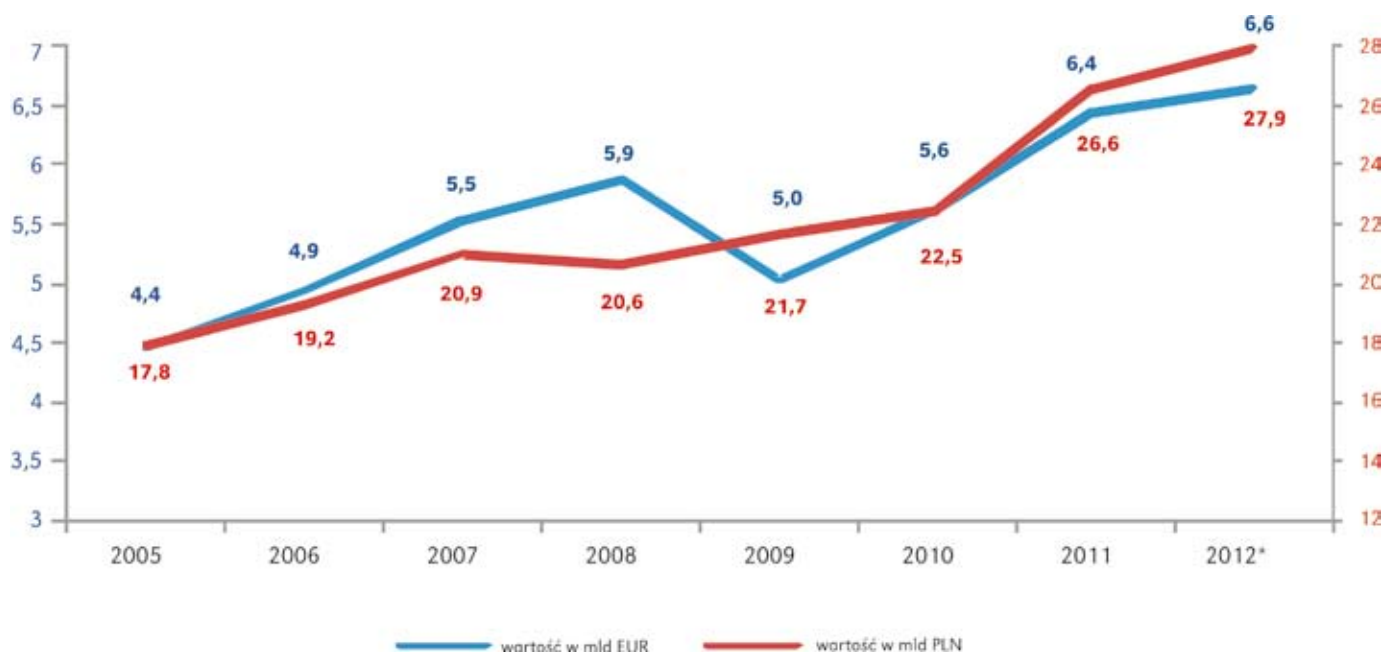
Wnioski płynące z raportu wskazują, że kraje Europy Zachodniej na-

dal nie uporały się z problemami finansowymi, aczkolwiek problemy w najmniejszym stopniu dotyczą Niemiec, które są największym odbiorcą polskich mebli. Sytuacja dostaw mebli do takich krajów, jak Francja, Wielka Brytania, Czechy czy Szwecja jest już zróżnicowana. Raport w cenie 990 zł netto można zakupić w Biurze Izby.

Raport „Prognoza eksportu mebli 2012” wyraźnie wskazuje, które z kierunków eksportu regularnie, od kilku lat, tracą na znaczeniu, a które zyskują. Można również prześledzić, jak zmienia się wolumen eksportu, a w konsekwencji i ceny eksportowanych towarów.



EKSPORT MEBLI Z POLSKI W LATACH 2005-2012



EKSPORT MEBLI Z POLSKI W LATACH 2005-2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
Eksport mld EUR	4,431	4,941	5,537	5,870	5,014	5,625	6,448	6,637
Eksport mld PLN	17,835	19,247	20,946	20,643	21,695	22,469	26,563	27,877
kursy walut PLN/EUR	4,0254	3,8951	3,7829	3,5166	4,3273	3,9946	4,1198	4,2
Dynamika w EUR		1,115	1,121	1,060	0,854	1,122	1,146	1,029
Dynamika w PLN		1,079	1,088	0,986	1,051	1,036	1,182	1,049

Opracowanie B+R Studio na podstawie danych Eurostat i NBP

* prognoza

Rok 2012 w LICZBACH

PRODUCENCI POD MUREM KOSZTÓW

Eksport rośnie, ale niskie marże i ceny oraz praktycznie zapaść na rynku instytucjonalnym psują nastroje branży meblarskiej.

 TOMASZ WIKTORSKI, MIŁENA DOROZIŃSKA, MICHAŁ STRZELECKI

Koniunktura w przemyśle

Ogólny klimat koniunktury w produkcji mebli, po źle ocenionych miesiącach letnich, w ostatnich dwóch miesiącach (październik – listopad) został oceniony lepiej, ale jednocześnie nie tak dobrze jak w analogicznym okresie poprzedniego roku. W październiku i listopadzie ogólny klimat koniunktury oceniono odpowiednio na minus 3,6 i plus 1,2, a w analogicznym okresie roku 2011 – na plus 9,1 i plus 3,8. Jednocześnie wskaźnik portfela zamówień został oceniony wyżej o 12 pkt. procentowych w listopadzie w porównaniu do poprzedniego miesiąca, ale wskaźnik ten jest zwykle wyższy w miesiącach jesiennych. Ogólna sytuacja gospodarcza firm w 2012 roku została oceniona na minus 0,4, wobec minus 0,1 rok wcześniej. Strumień zamówień krajowych i zagranicznych oceniono w listopadzie br. na plus 9, co oznacza, że grono menedżerów firm odnotowujących wzrost zamówień jest większe o 1,7 pkt. procentowego niż grono odnotowujące spadek zamówień. W październiku deklaracje dotyczące wzrostu bieżącej produkcji wypadły znacznie gorzej niż w roku ubiegłym, odsetek ten wyniósł w 2012 roku minus 0,2; w 2011 roku – plus 22,2. Z kolei w listopadzie grono optymistów powiększyło się o ponad 10 pkt. procentowych względem poprzedniego miesiąca. Przeciętna ocena zapasów firm meblarskich we wrześniu 2012 roku wynosiła minus 3,5, co oznacza nadmiar, ale już w następnych miesiącach przeciętna ocena była bliska optymalnej (plus 1,0 i plus 0,1). Spadek wskaźnika oceniającego poziom zatrudnienia ma odzwierciedlenie w negatywnej ocenie zdolności do bieżącego regulowania zobowiązań finansowych. Wskaźnik ten od kilkudziesięciu miesięcy utrzymuje negatywną wartość, a w październiku i listopadzie przyjął wartość minus 12,2 i minus 4,9. Natomiast jeśli chodzi o przewidywania dotyczące ogólnej sytuacji gospodarczej, przeważają oceny optymistyczne, ale nie tak wysokie jak w poprzednim roku. W październiku i listopadzie wyniki były na plusie: 6,6 i 2,8, ale w analogicznym okresie roku 2011 wyniosły odpowiednio plus 17,3 i plus 7,6. Podobna sytuacja dotyczy przewidywań w zamówieniach; w listopadzie 2012 roku firmy oceniły oczekiwania na plus 6,2 względem plus 9,0 w roku ubiegłym. Wszystkie analizowane bieżące wskaźniki pokrywają się z przewidywaniami. Pozytywne nastroje przeważają odnośnie przewidywań w produkcji i zamówieniach. W październiku grono menedżerów firm meblarskich uważających, że zwiększą się zamówienia, było większe niż grono pesymistów o 11,8 proc., a w listopadzie przewaga zmniejszyła się o 5,6 pkt. procentowego. Jednocześnie od kilkudziesięciu miesięcy utrzymuje się negatywna ocena odnośnie przewidywań na

temat zatrudnienia w branży meblarskiej i na temat zobowiązań finansowych, a ostatnio oceny te wypadły gorzej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. W listopadzie wartość określająca firmy uważające, że istnieje potrzeba zwolnień, wyniosła minus 11,9 proc., względem plus 1,8 w roku 2011.

Koniunktura w handlu

Ogólny klimat koniunktury w handlu detalicznym został oceniony w listopadowej ankiecie na minus 6,8. Jednostki handlowe do 9 pracujących i od 10 do 49 pracujących składały częściej negatywne deklaracje, które w obu przypadkach wyniosły około minus 20,0. Jedynie duże jednostki handlowe powyżej 250 pracujących deklarowały pozytywne oceny na poziomie plus 9,7. Wśród czterech grup branżowych najgorsze oceny należały do przedstawicieli grupy „Artykuły gospodarstwa domowego” i „Pojazdy samochodowe”, które wyniosły odpowiednio minus 13,4 i minus 12,1.

Ogólny wskaźnik koniunktury w handlu detalicznym artykułami gospodarstwa domowego w listopadzie wyniósł minus 13,4 i jest to o 6

ZESTAWIENIE WARTOŚCI PRODUKCJI, IMPORTU I EKSPORTU MEBLI

	I i II kw. 2012 w mln zł	I i II kw. 2011 w mln zł	I i II kw. 2010 w mln zł
Produkcja sprzedana	13 071,0	13 456,9	11 009,0
Import	2230	2020	1 799
Eksport	14 308	12 846	11 330
Saldo obrotów	992	2 631	1 479

WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI

Wyroby	Jednostka miary	I-IX 2012	I-IX 2011	I-IX 2011=100
Mebel do siedzenia przekształcalne w miejsce do spania	tys. szt.	1 643	1 688*	97,3
Mebel kuchenne	tys. szt.	2 247	1 902	118,1
Mebel drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	2 224	2 283	97,4
Mebel drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stotowych i salonach	tys. szt.	13 759	13 601	101,2

*Dana zmieniona względem publikacji z ubiegłego roku

pkt. procentowych mniej niż w ubiegłym miesiącu oraz jednocześnie więcej o blisko 6 pkt. procentowych niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. W handlu w dziale „Artykuły gospodarstwa domowego” od kilku miesięcy utrzymuje się przewaga mówiących o zwiększeniu cen, w listopadzie ocena równa była plus 4,4. W ostatnim czasie ocena dotycząca przewidywań co do ogólnej sytuacji gospodarczej przyjmowała negatywne wartości (w październiku na minus 10,4; w listopadzie na minus 7,2), co jednocześnie oznacza gorsze oceny niż w analizowanym okresie roku poprzedniego (odpowiednio minus 2,8 i minus 3,3). W przypadku tych samych przewidywań w branży „Artykuły gospodarstwa domowego” w ubiegłym roku oceny były pozytywne, na poziomie blisko plus 30, a w listopadzie br. – minus 0,6. Najczęściej wymieniane bariery w tej branży to: niedostateczny popyt (71,7), koszty zatrudnienia (66,3) i konkurencja na rynku (62,4). O ponad 4 pkt. procentowe (z minus 4,5 na minus 0,4) lepiej oceniono sytuację dotyczącą ilości sprzedawanych towarów. Z obserwacji wynika, że nastroje firm odnośnie zdolności do regulowania zobowiązań finansowych będą na koniec roku lepsze. W listopadzie wskaźnik ten wyniósł minus 11, a w poprzednim miesiącu – minus 20,6. W odniesieniu do wszystkich monitorowanych zjawisk, wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu detalicznym wyniósł minus 7, czyli o ponad 7 pkt. procentowych lepiej niż w ubiegłym miesiącu. Mimo tej poprawy, w tym roku oceny wypadły dużo gorzej niż w roku ubiegłym; w październiku i listopadzie 2011 roku kształtowały się następująco: plus 12,4 i plus 11,7.

Koniunktura konsumencka

Analizując bieżący i wyprzedzający wskaźnik ufności konsumentów, w listopadzie 2012 roku obserwujemy niewielką poprawę nastrojów konsumenckich w porównaniu do ubiegłego miesiąca.

BWUK (bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej), który syntetycznie opisuje obecne tendencje w konsumpcji indywidualnej, pogorszył się w listopadzie 2012 roku o ponad 5 pkt. procentowych w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Jednocześnie wzrósł w stosunku do poprzedniego miesiąca o 2,3 pkt. procentowego (z minus 32,1 na minus 29,8) i jest to pozytywna zmiana od lipca 2012 roku. Do wzrostu BWUK przyczyniły się wszystkie składowe tego wskaźnika (zaistniałe i oczekiwane zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej w kraju). Najwyższy wzrost odnotowano przy ocenie obecnego dokonywania ważnych zakupów, który wzrósł o 2,8 pkt. procentowego, oraz zmianie sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w ostatnich 12 miesiącach (wzrost o 2,7 pkt. procentowego). Pomimo poprawy, wszystkie składowe bieżącego wskaźnika wypadły dużo gorzej od analogicznego okresu roku poprzedniego. Najgorzej oceniona została ogólna sytuacja ekonomiczna w kraju w ostatnich 12 miesiącach, dla której w porównaniu do listopada 2011 roku spadek wyniósł o 8,9 pkt. procentowego.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w listopadzie 2012 roku zanotował wzrost o 2 pkt. procentowe w stosunku

do poprzedniego miesiąca i wyniósł minus 38,6. Natomiast w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego obliczono spadek o 7 pkt. procentowych. Pomimo niewielkiej poprawy ocen dotyczących zmian poziomu bezrobocia w porównaniu do ubiegłego miesiąca (o 1 pkt. procentowy), ocena ta w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego pogorszyła się aż o 18,2 pkt. procentowego. Wskaźnik zmian bezrobocia w listopadzie 2012 roku wyniósł minus 61,9. Na niskim poziomie nadal utrzymują się nastroje dotyczące zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju. Pomimo zaobserwowanego wzrostu w ostatnich trzech miesiącach, wskaźnik ten w listopadzie wyniósł minus 37,2 i jest to spadek o 5,6 pkt. procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego.

Wolumen produkcji

Porównując dane dotyczące wolumenu produkcji mebli za I i II kwartał 2012 roku do analogicznego okresu roku poprzedniego, obserwujemy spadek w przypadku dwóch grup: mebli drewnianych stosowanych

WARTOŚĆ PRODUKCJI SPRZEDANEJ

Produkcja sprzedana	I i II kw. 2012 w mln zł	I i II kw. 2011 w mln zł	I i II kw. 2011=100
Firmy duże, średnie i małe	13 071,0	13 456,9	97,1
Firmy duże i średnie	10 715,7	11 050,8	97,0
Firmy małe	2 355,3	2 406,1	97,9

ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ W I I II KWARTALE 2012

Zatrudnienie	I i II kw. 2012 w tys.	I i II kw. 2011 w tys.	I i II kw. 2011=100
Firmy duże, średnie i małe	127,4	133,5	95,4
Firmy duże i średnie	101,2	105,0	96,4
Firmy małe	26,2	28,5	91,9

DYNAMIKA HANDLU ZAGRANICZNEGO – DANE WSTĘPNE

Handel zagraniczny	I i II kw. 2012					
	mln PLN	dynamika r/r	mln EUR	dynamika r/r	mln USD	dynamika r/r
eksport	14 308	1,11	3 348	1,03	4 367	0,97
import	2 230	1,10	522	1,02	681	0,96

ŚREDNIOWAŻONE KURSY WALUT W ZŁOTYCH

Waluta	I półrocze 2011	I półrocze 2012
Dolar amerykański [USD]	2,8180	3,2744
Euro [EUR]	3,9540	4,2457

Kurs na podstawie NBP

WIELKOŚĆ PRODUKCJI POSZCZEGÓLNYCH PRODUKTÓW DREWNOPOCHODNYCH

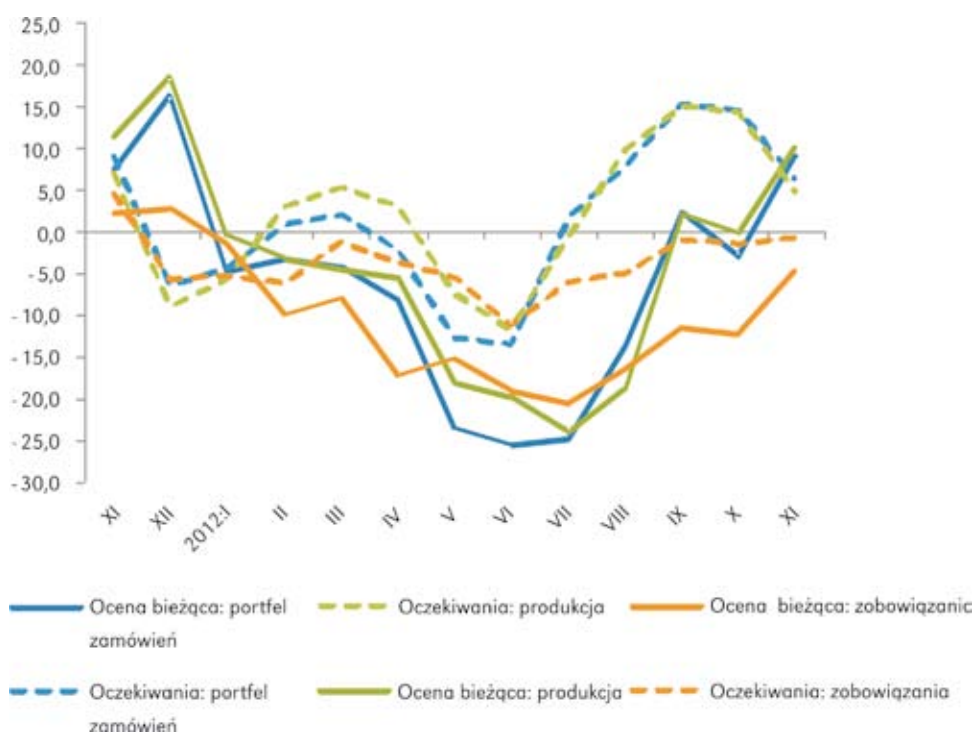
Produkty drewnopochodne	Jednostka miary	IX 2012	I-IX 2012	IX IX 2011=100	I-IX VIII 2012=100	I-IX 2011=100
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna i/lub materiałów drewnopochodnych	dam ³	425	3 591	101,0	101,9	98,9
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m ²	47 153	366 930	110,8	107,4	103,2

w sypialni oraz mebli do siedzenia przekształcanych w miejsce do spania w obu przypadkach o ponad 2,5 proc. Skumulowany wolumen produkcji tego typu mebli od początku roku do września 2012 roku łącznie wynosił odpowiednio 2 mln 247 tys. sztuk i 1 mln 643 tys. sztuk. W I i II kwartale 2012 roku wolumen produkcji mebli kuchennych zanotował wzrost aż o 18 proc. w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. W okresie od stycznia do września 2012 roku wyprodukowano 2 mln 247 tys. sztuk mebli kuchennych, a w analogicznym okresie 2011 roku – 1 mln 902 tys. sztuk. Z kolei wolumen mebli do jadalni i salonu zwiększył się tylko o ponad 1 proc.

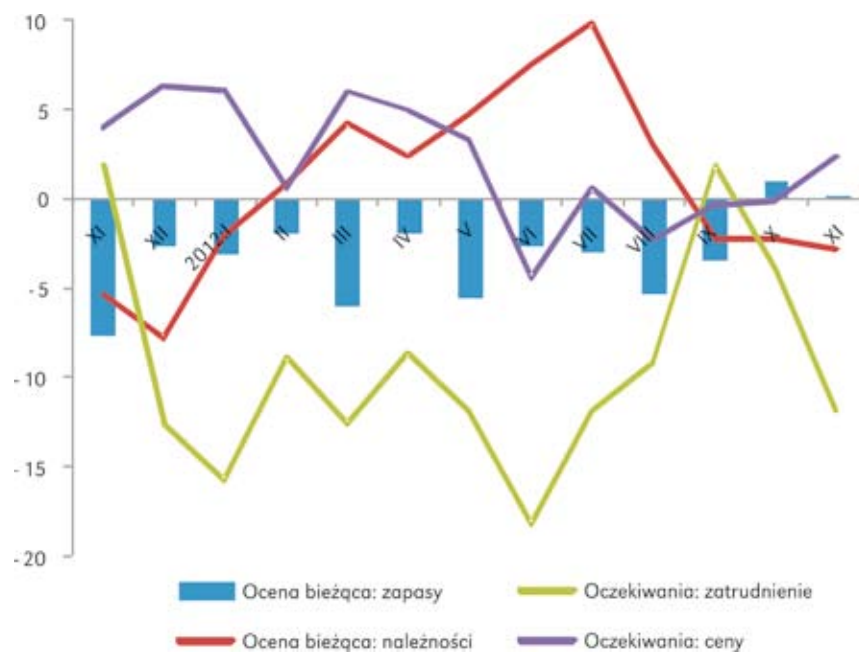
Biorąc pod uwagę okres I-IX 2012 roku, wzrost wolumenu produkcji płyt pilśniowych wyniósł 3,2 proc., a w przypadku płyt wiórowych odnotowano ponad 2-proc. spadek.

Wszystkie firmy meblarskie, bez względu na wielkość, w I i II kwartale 2012 roku odnotowały spadek wartości produkcji w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Spadek produkcji w firmach dużych i średnich wyniósł średnio 3 proc., a w firmach małych kształtował się na poziomie blisko 2 proc. Łączna wartość produkcji za pierwsze półrocze sięgnęła 13 mld 71 mln zł. Sytuacja ta ma odzwierciedlenie w zatrudnieniu w branży meblarskiej. Tym razem to

WSKAŹNIK KONIUNKTURY W PRZEMYŚLE CZ. 1.



WSKAŹNIK KONIUNKTURY W PRZEMYŚLE CZ. 2.



w firmach małych zanotowano największy, 8-proc. spadek w zatrudnieniu na przestrzeni I i II kwartału 2012 roku. Spadek zatrudnienia w firmach dużych i średnich wyniósł 3,6 proc.

Handel zagraniczny

Oficjalne dane o obrotach handlu zagranicznego w momencie przygotowania niniejszego materiału dostępne były za I i II kwartał 2012 roku. Prezentowane dane obejmują grupy mebli CN 9401, 9402, 9403 i 9404, które stosowane są w statystyce międzynarodowej do określenia wartości wymiany zagranicznej mebli. Obejmują one także wartość eksportu foteli do pojazdów mechanicznych i ich części, mebli medycznych (wraz z fotelami dentystycznymi i fryzjerskimi) oraz śpiworów i materiałów pościelowych. Dynamika liczona w złotych, dotycząca zarówno eksportu, jak i importu, jest imponująca, kiedy porówna się ją z dynamiką produkcji (wzrost o około 10 proc.). Wartość eksportu po sześciu miesiącach 2012 roku wyniosła 14 mld 308 mln zł, a importu – 2 mld 230 mln zł. W przypadku eksportu i importu liczonego w euro zanotowano mniejszy wzrost – odpowiednio o 3 i 2 proc. w odniesieniu do 2011 roku. Różnica ta jest spowodowana zmianami kursu złotówki w stosunku do walut obcych. W tym czasie kurs euro odnotował 7-proc. umocnienie, a kurs dolara wzrósł o 16 proc. Różnice w kursach EUR i USD powodują, że eksport liczony w dolarach notuje dynamikę ujemną. Dynamika eksportu w II połowie 2012 roku będzie kształtowała się odwrotnie niż w pierwszej połowie, ponieważ obecnie kurs PLN/EUR jest niższy niż przed rokiem. W tej sytuacji nawet przy pozytywnej dynamice w euro możemy obserwować negatywny wynik w złotych.

Budownictwo

W świetle prowadzonych analiz rynku meblowego w Polsce duże znaczenie ma również sytuacja w budownictwie. Wzrastająca liczba mieszkań oddawanych do użytku powinna prędzej czy później prowadzić do zwiększenia sprzedaży detalicznej mebli. Prowadzenie zaostrzonej polityki kredytowej od końca ubiegłego roku i jej zwiększenie w I kwartale 2012 roku powoduje obniżenie popytu na kredyty

mieszkań. Jednak z pewnością część nowych mieszkań znajdzie swoich nabywców, którzy będą je wyposażać w meble. Skumulowana liczba lokali oddanych do użytku w okresie styczeń – październik 2012 roku wynosi 119 171 i jest wyższa o 22,6 proc. od analogicznego okresu ubiegłego roku. Najwyższą dynamikę wzrostu zanotowały mieszkania spółdzielcze (plus 55 proc.) oraz przeznaczone na sprzedaż lub wynajem (plus 45 proc.). Z kolei liczba oddawanych mieszkań indywidualnych wzrosła o 11 proc.

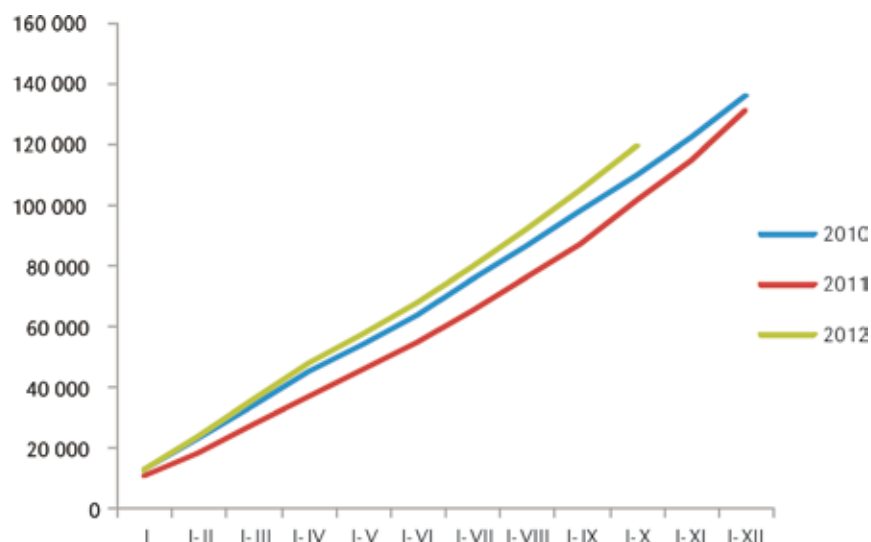
Jak ocenić aktualną sytuację branży?

Zestawienie sald produkcji sprzedanej, importu i eksportu (produkcja – eksport + import) wskazuje na duży spadek obrotów na rynku krajowym. Saldo za I półrocze 2012 roku wyniosło 992 mln zł, ale liczby tej nie należy utożsamiać z rzeczywistą wartością rynku ze względu na szereg zastrzeżeń do przedstawionej uproszczonej metody analizy obrotów na rynku. W ujęciu trzech ostatnich lat (I półrocze 2010-2012) widzimy, że wartość importu i eksportu co roku wzrasta, czego nie można powiedzieć o obrotach na rynku krajowym. Wyraźnie widać, że w kraju sytuacja jest bardzo trudna. Za pesymistyczne nastroje producentów mebli niewątpliwie odpowiada właśnie silne ograniczenie obrotów w kraju.

Przedstawiona poniżej tabela ma charakter orientacyjny. Należy zaznaczyć, że produkcja sprzedana nie uwzględnia firm mikro, więc wartość ta może być w rzeczywistości wyższa o ok. 1,4 mld zł. Jeśli chodzi o eksport, jego wartość uwzględnia marżę pośredników. Określając wartości dotyczące zarówno eksportu, jak i importu, wzięto pod uwagę fotele stosowane w statkach powietrznych (CN 940110) i ich części (CN 940190), fotele stosowane w pojazdach silnikowych (CN 940120), meble medyczne (CN 9402) oraz śpiwory (CN 940430) i artykuły pościelowe (CN 940490).

Rok 2012 zakończy się prawdopodobnie gorszym wynikiem branży – oscylującym w granicach 30 mld zł. Jednocześnie wartość eksportu powinna zbliżyć się do 6,6 mld euro. Nastroje przedsiębiorców psują jednak bardzo niskie marże.

SKUMULOWANA LICZBA MIESZKAŃ ODDANYCH DO UŻYTKU W LATACH 2010-2012





meblarstwo

komponenty i technologie

Zapowiedź



Fot. Raumplus

 **meblarstwo**

Kontakt:

Wydawnictwo Inwestor Sp. z o.o.
ul. 30 Stycznia 42, 83-110 Tczew

tel.: +58 531 27 53

Redakcja: listy@meblarstwo24.pl

Prenumerata: prenumerata@meblarstwo24.pl

Reklama: reklama@meblarstwo24.pl



W numerze *styczniowym*
zaprezentujemy najnowsze
i najciekawsze systemy
przesuwne i technologie
w produkcji mebli na wymiar.