

# MEBLE NEWS NEWS NEWS

CREATED  
MADE  
IN POLAND



# W NUMERZE

## WYWIAD

W roli głównej dobry design / **str. 4**

## INFORMACJE

Wsparcie dla liderów / **str. 8**

Bez radykalnej poprawy / **str. 10**

## WYDARZENIA

Siła tradycji w nowoczesnej formule / **str. 12**

## STATYSTYKA

Euroczkawka i niepewność przyszłości / **str. 14**



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.meble.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

Ewa Buczek

### 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



IREK KARAŚKIEWICZ, PREZES ZARZĄDU  
FABRYKI MEBLI OKRĘTOWYCH FAMOS SP. Z O.O.

---

## SZANOWNI PAŃSTWO!

---

Bombardowanie medialne o pogłębiającym się kryzysie w Europie Zachodniej i mającym nadejść do Polski spowolnieniu gospodarczym jest źródłem niepokoju każdego z nas. Czy uzasadnionym, czas pokaże. Na pewno jednak sytuacja ta skłania nas do zastanowienia, jakie jeszcze ukryte rezerwy tkwią w naszej gospodarce, branży meblarskiej i w kierowanych przez nas firmach, do których możemy sięgnąć, gdy nadejdą trudne czasy.

Ostatnie 20 lat to bezprecedensowy rozwój branży meblarskiej, stającej się jednym z motorów eksportowych całej gospodarki. Na sukces ten złożyło się kilka czynników: eksplozja aktywności gospodarczej związanej z wprowadzeniem wolnego rynku, doskonale wykształcona i energiczna kadra zarządzająca, wreszcie wspaniałe umiejętności pracowników wszystkich szczebli, co w połączeniu z relatywnie niskimi kosztami pracy pozwalało zwycięsko podbijać nowe rynki. Energia rozwoju, czerpana z wyżej wymienionych czynników, osiągnęła jednak już swój kres.

W ubiegłym roku spośród 164 tysięcy zarejestrowanych na świecie patentów, 27 proc. pochodziło z USA, 19,6 proc. z Japonii, a 10,7 proc. z Niemiec. Z Polski pochodziło zaledwie 0,12 proc. światowej liczby patentów, co z jednej strony nie napawa nas dumą, z drugiej jednak wskazuje na ogromny niewykorzystany potencjał rozwoju naszych firm. Polacy to fantastyczni i pomysłowi inżynierowie i technicy – rolą menedżerów jest stworzenie im szansy rozwoju swoich talentów ku pożytkowi naszych firm. Właśnie inwestycje w innowacyjność technologiczną, a również tę szerszą rozumianą – marketingową i organizacyjną – to droga do zintensyfikowania naszego rozwoju i przetrwanie trudnych chwil, które być może są przed nami.

# W ROLI GŁÓWNEJ DOBRY DESIGN

Rozmowa z Józefem Borawskim, prezesem Paged Meble.

⊙ KATARZYNA ORLIKOWSKA

**Meble News:** Wielu producentów wytwarza już meble na granicy opłacalności, a wzrost wszelkich kosztów powoduje spadek zyskowności produkcji. Jak ocenia Pan sytuację w branży meblarskiej z perspektywy Paged Meble?

**Józef Borawski:** Paged Meble wytwarza meble z materiałów naturalnych w głównej mierze pochodzących z surowca drzewnego. Ciągły wzrost cen drewna okrągłego powoduje wzrost cen surowca drzewnego i materiałów drewnopochodnych. Również wzrost cen materiałów drzewnych jak i pozostałych spowodowany jest ciągłym wzrostem czynników energetycznych. Powoduje to obniżenie progu rentowności do minimalnych poziomów. Paged Meble dzięki różnorodności produktowej, posiadający dostęp do różnych rynków, jest w stanie płynnie reagować na zmieniającą się koniunkturę. Jesteśmy producentem nowoczesnych mebli z naturalnego drewna i surowców drewnopodobnych, który pamięta o najlepszych tradycjach meblarstwa i nie przyjmuje strategii najniższej ceny. Dlatego, być może, ta sytuacja w branży meblarskiej nie dotyka tak mocno naszej firmy.

**Meble News:** I w związku z tym Paged Meble może pozwolić sobie na inwestycje i nieustannie unowocześniać park maszyn.

**J.B.:** Paged Meble cały czas doskonalili swoje kompetencje i park maszynowy w zakresie mebli wysoko przetworzonych, wykonywanych z drewna i surowców naturalnych. W ostatnim okresie znacznie zmieniliśmy technologię lakierowania inwestując w nowoczesne linie lakiernicze



- Paged Meble posiada odbiorców na pięciu kontynentach w ponad 40 krajach - mówi Józef Borawski. - Firma ma mocną pozycję na rynkach zagranicznych, wypracowanych przez ostatnie 50 lat. Sprzedaż eksportowa stanowi 65 procent całości przychodów firmy, pozostała część trafia na rynek Polski.



SYPIALNIA HARMONY MARKI WOODWAYS – SZLACHTNE RZEMIOSŁO NAGRODZONE ZŁOTYM MEDELEM MTP W 2012 ROKU. FOT. PAGED MEBLE



SALON I JADALNIA CATANIA TO HIT 2012 ROKU MARKI PAGED MEBLE. KOLEKCJA INSPIROWANA WŁOSKIM SZYKIEM I ELEGANCJĄ PRZYPADŁA DO GUSTU POLAKOM. FOT. PAGED MEBLE

oparte na lakierach wodnych. W 2011 roku zainwestowaliśmy w nowoczesne linie do maszynowej obróbki elementów mebli oraz linie do montażu mebli, pozwalające na skrócenie serii produkcyjnych, przystosowując produkcję do potrzeb rynku. Łączny koszt inwestycji przekroczył 11 mln złotych.

**Meble News: Meble Pagedu historycznie kojarzone są z meblami giętymi. A jak to wygląda teraz?**

**J.B.:** Tradycje gięcia w Paged Meble sięgają 130 lat, kiedy to Józef Hofman założył w Jasienicy pierwszą fabrykę, która wkrótce weszła w skład koncernu Thonet Mundus. Aktualnie gięcina w Paged Meble stanowi nadal 25 procent udziału. Mogę z dumą powiedzieć,

że u nas tradycja łączy się z nowoczesnością. W zakładzie w Jasienicy stosujemy nadal unikalną i doskonałą latami przez Thonet technologię giętego drewna. Polega ona na przetrzymywaniu przyściętych do odpowiednich rozmiarów elementów w tzw. komorze parzelniczej, gdzie działanie gorącej pary powoduje, że materiał staje się miękki i elastyczny. Poddane obróbce cieplnej drewno jest następnie ręcznie gięte. Paged Meble jest jedną z ostatnich firm w Polsce, która dzięki produkcji foteli bujanych podtrzymuje tradycję Beskidu Żywieckiego, ponieważ w fotelach oprócz gięciny stosowana jest ręcznie wyplatana rafia. Wyploty stają się produktem dla koneserów, a powstała w XIX wieku technika może niedługo zaniknąć.



SYPIALNIA DOLCE MARKI WOODWAYS MIAŁA PREMIERĘ W 2012 ROKU. PREZENTUJE POWRÓT DO LAT 50 TYCH. FOT. PAGED MEBLE



PAGED CONTRACT INTERNATIONAL TO NOWOŚCI PROSTO Z MEDIOLANU – JUŻ OD WRZEŚNIA DO KUPIENIA W POLSCE W OFERCIE DESIGN COLLECTION. FOT. PAGED MEBLE

**Meble News: Oprócz wspomnianego zakładu w Jasienicy Paged Meble produkuje jeszcze w kilku innych zakładach rozsianych po całej Polsce. W czym poszczególne z tych fabryk się specjalizują?**

**J.B.:** Oprócz zakładu w Jasienicy, który produkuje tradycyjną gięcinę, w skład firmy wchodzi też zakłady w Sędziszowie Małopolskim i Jarocinie. Meble skrzyniowe o najwyższym stopniu zaawansowania technologicznego wytwarzamy w zakładzie w Jarocinie, a stoły i krzesła stolarskie w Sędziszowie. We wszystkich fabrykach kultuujemy szlachetne rzemiosło meblarskie i zatrudniamy fachowców o najwyższych kwalifikacjach. Dlatego tworzymy meble o najwyższym poziomie jakości, wzornictwa i stopniu przetworzenia.

**Meble News: W ramach Grupy Paged Meble działają trzy marki mebli: Paged Meble, Woodways i Meble Jarocin. Co je charakteryzuje?**

**J.B.:** Marka Paged Meble koncentruje się na uniwersalnych i nowoczesnych meblach do jadalni, salonu oraz posiada szeroką ofertę stołów i krzeseł. Z kolei Woodways to marka prestiżowa, która w ciągu pięciu lat istnienia na rynku wyrosła na lidera w zakresie mebli do sypialni. Obie marki łączy dbałość o doskonałe wzornictwo i wysoka jakość produktów wykonanych z surowców naturalnych. Tylko w tym roku na rynek Polski trafiło już siedem nowych kolekcji mebli mieszkaniowych. W marce Paged Meble wypromowaliśmy zestawy do salonu i jadalni Catania, Linea i Malibu. Na szczególną uwagę zasługuje zestaw Catania w naturalnym odcieniu orzecha Caramello zestawionym z czarnymi, połyskującymi akcentami. W marce Woodways wprowadziliśmy na rynek nagrodzoną Złotym Medalem MTP w Poznaniu eklektyczną i kunsztownie wykonaną kolekcję mebli Harmony. A w sierpniu premierę rynkową miała unikalna wzorniczo, nawiązująca do modnej obecnie stylistyki lat 50. sypialnia Dolce z elementami toczonymi. Natomiast Meble Jarocin obsługującą rynek kontraktowy i oferuje meble biurowe, hotelowe i restauracyjne.

**Meble News: Wiele słyszy się o meblach Pagedu o nawie Przepis na Design. To kolejna marka Grupy?**

**J.B.:** Na rynku krajowym Przepis na Design to submarka Paged Meble Design Collection. Prezentujemy tu krzesła i pojedyncze meble,

które są zarówno ikonami wzornictwa, jak też odzwierciedleniem przeniesionych prosto z Mediolanu najnowszych światowych trendów. Stosując te pojedyncze, nieduże meble można łatwo odmienić wnętrze, nadać mu niepowtarzalnego charakteru i kolorystyki. Co ważne, jest to Design za rozsądną cenę. Najnowszą interesującą propozycją dla koneserów w marce Design Collection jest wznawiane po 50 latach w serii limitowanej krzesło SIG 1 projektu Mariana Sigmunta. Krzesło Sig1 A587 otrzymało w 2011 roku wyróżnienie Must Have Festiwalu Designu w Łodzi i zwidziło z wystawą całą Europę. Zostało także dostrzeżone przez osoby kwalifikujące produkty do Germany Design Award i jest nominowane do udziału w tym prestiżowym konkursie.

**Meble News: Czy meble Grupy w głównej mierze trafiają na rynki zagraniczne?**

**J.B.:** Firma ma mocną pozycję na rynkach zagranicznych, wypracowanych przez ostatnie 50 lat. Sprzedaż eksportowa stanowi 65 pro-



KRZESŁO SIG – 1 WYRÓŻNIENIE MUST HAVE 2012 I NOMINACJA DO GERMAN DESIGN AWARD 2013. PO PONAD 50 LATACH IKONA MEBLARSTWA PROJEKTU M. SIGMUNDA ZNOWU W SPRZEDAŻY [SERIA LIMITOWANA DESIGN COLLECTION]. FOT. PAGED MEBLE

cent całości przychodów firmy, pozostała część trafia na rynek Polski. Paged Meble posiada odbiorców na pięciu kontynentach w ponad 40 krajach. To głównie odbiorcy z rynków kontraktowych, obsługujących kompleksowo strefę HoReCa. Dla nich mamy przygotowaną szeroką ofertę krzeseł, w tym gięte, które od kilku lat wykazują rosnącą tendencję w naszej sprzedaży. Także nasza oferta mieszkaniowa znalazła uznanie na rynkach zagranicznych, przede wszystkim marka Woodways. Nasi partnerzy to dystrybutorzy z własnym zapleczem magazynowym i siecią handlowców. Dzięki temu nasze meble docierają w najbardziej egzotyczne zakątki świata.

**Meble News: W branży głośno było o akcjach promocyjnych Pagedu stworzonych chociażby z Michałem Pirógiem czy Natalią Kukulską. Skąd pomysł na takie promowanie mebli?**

**J.B.:** Meble i wnętrzarsztwo w naturalny sposób kojarzą się ze stylem życia, trendami i modą. Paged Meble to z jednej strony tradycja i świetne rzemiosło meblarskie a z drugiej nowoczesne i modne wzornictwo. Proces tworzenia nowych kolekcji zgodnych z trendami i odpowiadających na potrzeby klientów jest najważniejszym procesem w naszej firmie. Uznaliśmy, że warto pokazać Polakom ten proces od kuchni. Coraz częściej chcemy, aby meble wyrażały nas samych. Dlatego do zaprojektowania mebli zaprosiliśmy znane osoby: Natalię Kukulską, Oliviera Janiaka i Michała Piróga oraz ekipę z TVN, która cały czas towarzyszyła im z kamerą w czasie pracy nad koncepcją, projektem i modelowaniem mebli. Nasi celebryci przyznali, że tworzenie mebli jest zajęciem kreatywnym i pasjonującym, ale też wymagającym wiedzy. W ten sposób powstała autorska kolekcja Celebrities-line, którą nasze gwiazdy zaprezentowały na Street of design w Warszawie. Dzięki temu projektowi Polacy mogli się przyjrzeć, jak powstają nowe wzory oraz lepiej poznać firmę Paged Meble.

**Meble News: Jakie wzornictwo mebli i jakie motywy są teraz popularne?**

**J.B.:** W skali globalnej, a taki zasięg ma firma Paged Meble, trudno mówić ogólnie o popularnym wzornictwie. Specyfika wielu rynków, na których działamy pokazuje, że wzornictwo mebli i motywy muszą być dostosowywane do potrzeb, gustów i stylu życia konsumenta. Tylko na samym rynku europejskim wzornictwo w różnych krajach mocno się różni pod względem designu: Polacy cenią nowoczesne, ale solidne formy, przywiązani są do tradycyjnych ciemnych wybarwień i dopiero od niedawna zaczynają akceptować jasną kolorystykę mebli. Skandynawia preferuje formy designerskie i naturalne wykończenia, a klient wschodni poszukuje bardziej wyszukanych mebli, bogatych w zdobienia. Dla wszystkich tych klientów mamy w swojej ofercie odpowiednie propozycje wzornicze. Jest jednak w naszej ofercie grupa mebli uniwersalna dla wszystkich: meble gięte, które od ponad 130 lat doceniane są przez świat i w niezmiętej formie oferowane coraz szerszej grupie odbiorców. Również na rynku polskim, dzięki wpływom włoskim i skandynawskim, gięcina przeżywa obecnie swój renesans.

**Meble News: Czy Polacy mają świadomość dobrego designu?**

**J.B.:** Pragniemy, aby Polacy świadomie otaczali się meblami o dobrym designie i jakości, wykonanych z poszanowaniem meblarskiej tradycji – przez ludzi i dla ludzi. A podstawą rozwoju naszej firmy jest synergia meblarskiej tradycji i nowoczesnego zarządzania wzornictwem. W reakcji na zmiany zamierzamy tworzyć meble o wysokim poziomie wzornictwa, dostosowane do gustów i potrzeb różnych klientów na całym świecie. Chcemy też uczestniczyć w procesie kształtowania potrzeby i uświadomienia roli dobrego designu.

**Meble News: Dziękuję za rozmowę.**



SALON I JADALNIA LINEA SĄ INSPIROWANE MODNĄ LINEARNOŚCIĄ, PROSTOTĄ NATURY I JEJ KOLORAMI. TO NOWOŚĆ 2012 ROKU MARKI PAGED MEBLE. FOT. PAGED MEBLE

BRANŻOWY PROGRAM PROMOCJI

## WSPARCIE DLA LIDERÓW

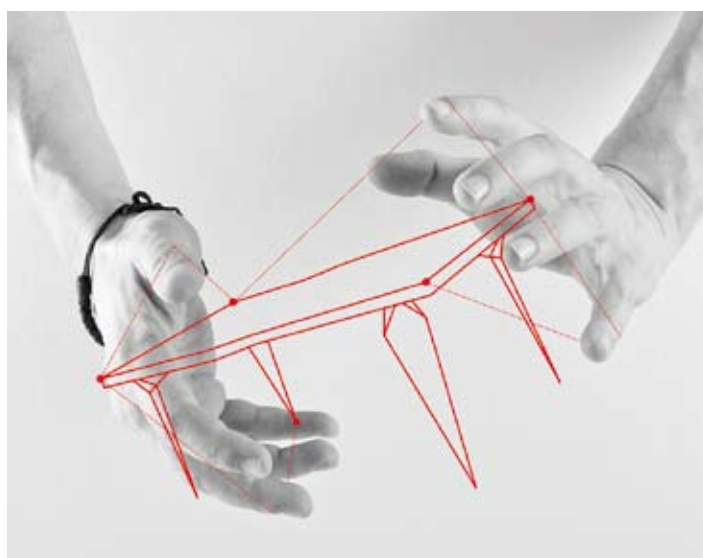
Branża meblarska, będąca na pierwszym miejscu wśród 15 gałęzi przemysłu, wytypowanych przez Ministerstwo Gospodarki do objęcia wsparciem finansowym w ramach działania 6.5 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, jest w trakcie realizacji projektu.

NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW OIGPM

Polski przemysł meblarski otrzymał znaczące wsparcie rządowe na promocję na rynkach międzynarodowych. Dzięki temu Międzynarodowe Targi Poznańskie wraz z Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Producentów Mebli realizują koncepcję branżowego programu promocji branży meblarskiej na rynkach międzynarodowych.

Program ten składa się z dwóch części. Pierwsza to realizacja promocji przeznaczonej dla przedsiębiorców, która uwzględniac będzie zdywersyfikowane formy promocji (np. udział w targach zagranicznych oraz krajowych, wyjazdowych misjach gospodarczych, szkoleniach). Natomiast druga część to realizacja promocji przeznaczonej dla branży jako całości (np. udział w przyjazdowych misjach gospodarczych zagranicznych dziennikarzy oraz kontrahentów, spotkaniach branżowych, tworzeniu artykułów oraz materiałów promocyjnych).

Obecnie cały czas trwa nabór wniosków o udział i dofinansowanie branżowego programu promocji branży meblarskiej na rynkach





międzynarodowych prowadzonego przez Konsorcjum MTP wraz z OIGPM.

Na przestrzeni ostatnich 20 lat polski przemysł meblarski osiągnął znaczący sukces – awansował do ścisłego grona liderów eksportu mebli na świecie. W ujęciu globalnym więcej mebli eksportują jedynie Chińczycy, Włosi i Niemcy. Przeliczając produkcję meblarską na kilogramy i tony, Polska mogłaby zająć pozycję drugiego światowego eksportera mebli. Eksport mebli z Polski wzrósł ze 147 mln dolarów w 1989 roku do 9000 mln USD w 2011 roku, czyli ponad 61 razy. Szybciej w tym czasie rozwijał się przemysł meblarski jedynie w Chinach.

Głównym rynkiem zbytu polskich mebli są kraje Unii Europejskiej, do których trafia około 85% całego eksportu. Największym odbiorcą są Niemcy, dokąd wywożony jest co roku towar o wartości około 2,5 mld EUR (39% eksportu). Blisko 9% eksportu trafia do Francji, a kolejne w rankingu są Czechy, Wielka Brytania, Szwecja i Holandia, które absorbują od 6,7 do 4,2% polskiego eksportu. Krajami, do których w ostatnich latach najszybciej wzrastał eksport, były Hiszpania, Włochy i USA. Meble z Polski są konkurencyjne zarówno cenowo jak i jakościowo na rynkach zagranicznych. Rok 2011 polskie fabryki mebli zamykają z rekordową sprzedażą ponad 6,5 mld euro.

Najważniejszymi pozycjami eksportowymi polskich mebli są meble tapicerowane oraz meble mieszkaniowe do jadalni i salonu. Wartość ich eksportu w 2011 roku wyniosła odpowiednio 1,4 oraz 1,3 mld euro, co przekłada się na 21% i 20% udziału w eksporcie mebli ogółem. Fotele i krzesła, meble biurowe, meble sypialniane oraz materace to grupy mebli, których udział w eksporcie wynosi od 5 do 8%. 1% eksportu stanowią meble kuchenne. Znacząca część eks-

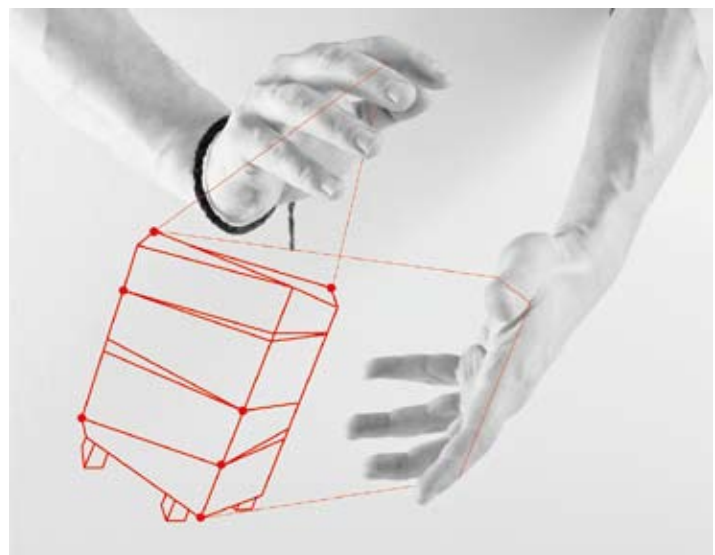
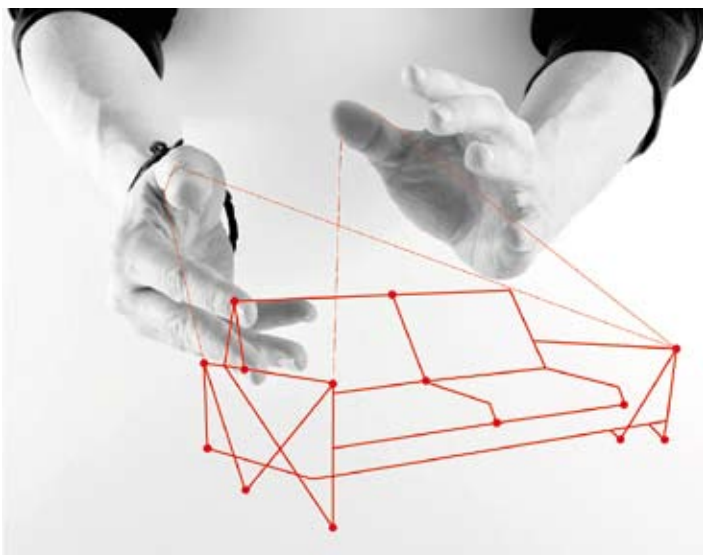
portu realizowana jest w elementach meblowych, których wywóz na podstawie klasyfikacji CN – nomenklatura scalona – daje blisko 31% przychodów z eksportu.

Na przestrzeni ostatnich 15 lat najszybciej na świecie rozwijało się meblarstwo w Chinach i w Polsce – z porównywalnego poziomu około 2% światowego eksportu w roku 1994, w 2007 roku potencjał chiński wyniósł aż 13% światowego eksportu, zaś polski 6%. Intensywny wzrost produkcji meblowej w Chinach odbywał się głównie dzięki niskim kosztom pracy i popytowi na tanie meble, natomiast w Polsce obok relatywnie niższych kosztów pracy również dzięki inwestycjom zagranicznym w polskie przedsiębiorstwa i technologie produkcji. Efektem inwestycji zagranicznych koncernów był transfer know-how i otwarcie rynków zagranicznych na produkty z Polski. Według Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych, 25 międzynarodowych korporacji oraz firm zainwestowało w przemysł meblowy w Polsce kwoty większe od jednego miliona dolarów. Z pewnością wiele firm dokonywało również inwestycji na mniejsze kwoty. Obecnie szacuje się, że jest to kwota przekraczająca 500 mln USD.

Polski przemysł meblarski jest branżą w dużej mierze innowacyjną. Producenci, chcąc zwiększać sprzedaż, stosują nowoczesne wzornictwo, techniki wytwarzania oraz materiały. Międzynarodowy sukces polskich mebli jest udziałem wielu firm i wynikiem tego, że potrafią one łączyć wysoką jakość produktu z korzystną ceną, dbają o rozwój wzornictwa i przykładają wiele uwagi do marketingu na najwyższym światowym poziomie.

*Zachęcamy wszystkich Państwa do uczestnictwa w programie i tym samym wspólnego promowania polskiej branży meblarskiej. Szczegółowych informacji o programie udziela Biuro OIGPM oraz MTP.*

W ujęciu globalnym więcej mebli eksportują jedynie Chińczycy, Włosi i Niemcy. Przeliczając produkcję meblarską na kilogramy i tony, Polska mogłaby zająć pozycję drugiego światowego eksportera mebli. Eksport mebli z Polski wzrósł ze 147 mln dolarów w 1989 roku do 9000 mln USD w 2011 roku, czyli ponad 61 razy. Szybciej w tym czasie rozwijał się przemysł meblarski jedynie w Chinach.



MEBLARSKIE PROGNOZY

# BEZ RADYKALNEJ POPRAWY

Rozmowa z Biurem Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Producentów Mebli.

## Meble News: Jakie są perspektywy branży na rok 2012?

**OIGPM:** Za nami osiem miesięcy 2012 roku. Był to kolejny trudny okres dla polskiego meblarstwa. Polscy producenci musieli nadal radzić sobie w warunkach kryzysu gospodarczego. Wiadomości płynące nie tylko z pogrążonej w kryzysie Grecji, ale także z Hiszpanii czy Włoch nie wpływają pozytywnie na pozostałe rynki europejskie, jak również i światowe. Aby utrzymać się na rynku, firmy meblarskie zmuszone są nadal do coraz szerszego wykorzystywania strategii dostosowanych do czasów kryzysu. Na pewno działania te już przynoszą pozytywne skutki i będą z pewnością korzystnie wpływać na dalszy rozwój firm meblarskich, ale nie nastąpi to jednak zbyt szybko. Wyraźnie odczuwamy to dopiero, jak skończy się kryzys i zacznie poprawiać się koniunktura gospodarcza na świecie i w Polsce.

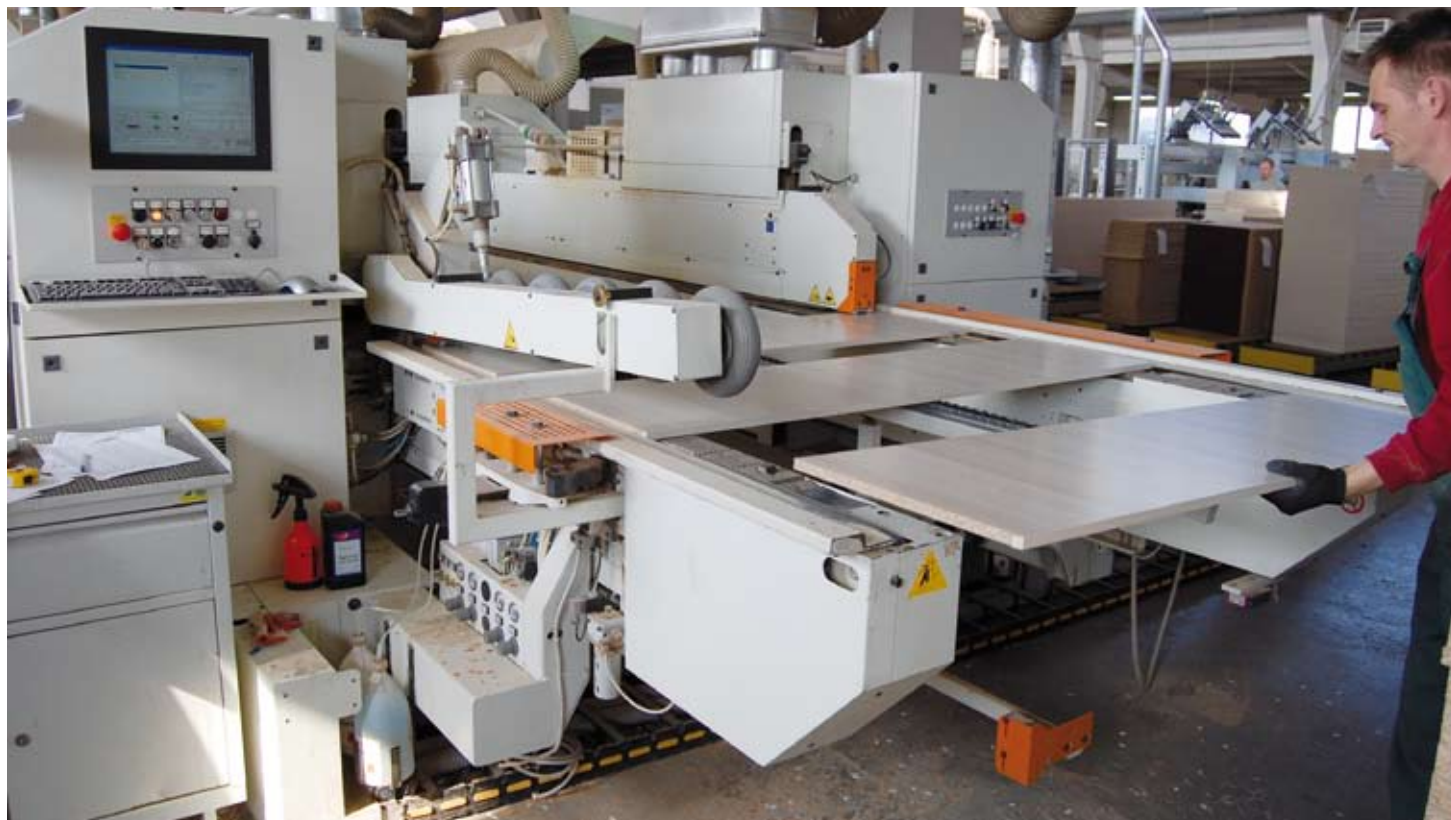
## Meble News: Jakiej wartości sprzedaży może spodziewać się polskie meblarstwo na koniec półrocza i na koniec roku?

**OIGPM:** Pomimo trudnej sytuacji na rynku, wielkość produkcji w roku 2012 powinna osiągnąć wartość zbliżoną do roku 2011. Szacujemy, że łącznie z firmami mikro powinna oscylować ona około

wartości powyżej 30 mld złotych, z czego eksport stanowić będzie około 27 mld złotych – około 90 procent produkcji sprzedanej. Jednak pomimo dobrych wyników branży, sytuacja przedsiębiorstw jest bardzo zróżnicowana. Branża meblarska w Polsce jest wysoko konkurencyjna. Na rynku operuje aktywnie kilka tysięcy podmiotów – około 6000 firm. Podmiotów, które zadeklarowały produkcję mebli jako główny przedmiot działalności, jest łącznie ponad 23,5 tysiąca, w tym 21 tysięcy to firmy mikro. Obecnie największym problemem branży meblarskiej są rosnące koszty wytwarzania, w tym koszty zakupu materiałów, półfabrykatów do produkcji mebli oraz koszty wynagrodzeń, a co za tym idzie – również malejąca rentowność prowadzonej działalności gospodarczej.

## Meble News: Prognoza na 2013 rok nie wygląda zatem optymistycznie?

**OIGPM:** Rok 2013 nie przyniesie naszym zdaniem większych zmian w polskiej branży meblarskiej. Kryzys światowy i pogłębiający się



PRZEMYSŁ MEBLARSKI STAŁ SIĘ JEDNĄ Z NAJWAŻNIEJSZYCH CZĘŚCI POLSKIEJ GOSPODARKI, A OBECNE ZATRUDNIENIE W SEKTORZE WYNOŚI OKOŁO 133 000 OSÓB. FOT. K. ORLIKOWSKA

kryzys ekonomiczny w Unii Europejskiej będą nadal wpływać na dużą niepewność w działaniu polskich firm meblarskich. Naszym zdaniem, niepewność ta uwidoczni się głównie poprzez dalsze ograniczanie inwestycji. Ponadto głównym czynnikiem kształtującym wskaźniki rentowności branży meblarskiej od wielu lat jest niestabilny kurs złotówki. Jak kursy walut będą się kształtowały w roku 2013 jest trudne do przewidzenia. Naszym zdaniem, rok 2013 nie przyniesie jeszcze radykalnej poprawy sytuacji na rynku. Od przedsiębiorców wymagać się będzie umiejętności przewidywania, a także szybkiego dostosowywania się do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych.

#### **Meble News: Jaki wpływ na polską branżę meblową ma obecne schłodzenie gospodarki światowej?**

**OIGPM:** Meble to najważniejsza grupa produktów przemysłowych eksportowanych z Polski. Jest to trzecia pod względem wartości grupa eksportowanych towarów z najkorzystniejszym saldem wymiany handlowej – około 18 mld złotych. Niewiele jest polskich produktów, które są tak rynkowe jak meble. Atrakcyjne wzornictwo mebli oraz przyjazne i dostosowane do szerokiego spektrum mieszkańców UE walory spowodowały, że polskie meble stały się międzynarodowym hitem eksportowym. Dzięki temu przemysł meblarski stał się jedną z najważniejszych części polskiej gospodarki, a obecne zatrudnienie w sektorze wynosi około 133 000 osób. Spowolnienie obserwowane na światowych rynkach ma niewątpliwie wpływ na polską branżę meblarską. Oczywiście w czasie kryzysu klienci częściej sięgają po tańsze meble. Okazuje się jednak, na podstawie prognozowanych wyników z 2011 roku, że meble z Polski są ciągle konkurencyjne zarówno cenowo jak i jakościowo.

#### **Meble News: Jednak meblarze odczuwają, że spadają zamówienia eksportowe.**

**OIGPM:** Sytuacja na rynku oraz kryzys w Unii Europejskiej najprawdopodobniej spowodują, że polscy producenci mebli zainteresują się mocniej nowymi, bardziej odległymi rynkami zbytu, na przykład Brazylią, Meksykiem czy Turcją. Z reguły Polska zajmuje pozycję w czwartej i piątej dziesiątce rankingu dostawców na te rynki. Niemniej warto zwrócić na te kraje uwagę zarówno ze względu na potencjał importowy, potencjał rozwojowy jak i wielkość rynków detalicznych. Oczywiście nie będą to od razu znaczące wzrosty sprzedaży na dalekie rynki zbytu, jednak przewidujemy zwiększone zainteresowanie bardziej odległymi destynacjami. Jeśli spojrzymy na planowany eksport mebli w roku 2013 w kategoriach wartości, to spodziewamy się nieznacznego, kilkuprocentowego wzrostu wartości eksportowanych mebli. W kategoriach masy eksportu najprawdopodobniej będziemy obserwować stabilizację sprzedaży na tych rynkach.

#### **Meble News: Czy obecnie nadal głównym kierunkiem eksportowym polskich producentów mebli są Niemcy?**

**OIGPM:** Od wielu lat głównym kierunkiem wywozu mebli z Polski są Niemcy. Udział tego kraju w strukturze eksportu w roku 2011 osiągnął blisko 39 procent, ale należy pamiętać, że jeszcze w 2005 roku eksport do Niemiec sięgał ponad 42 procent. Od czasu rozpoczęcia światowego kryzysu finansowego, to jest od roku 2008, znaczenie dla branży eksportu mebli do Niemiec wzrosło o około 5 procent, wykazując skumulowaną dynamikę 1,29. Bardziej wyrazista jest wartość bezwzględna omawianego wzrostu, a mianowicie plus 566 mln euro, czyli więcej niż łączna wartość eksportu do drugiego partnera gospo-

darczego branży meblarskiej – Francji. Kolejne ważne i ustabilizowane destynacje eksportu polskich mebli to wspomniana wyżej Francja oraz Wielka Brytania i Czechy. Wartość eksportu szacowana w 2011 roku do tych krajów to odpowiednio 551, 435 i 362 mln euro.

#### **Meble News: Czy spodziewać się można dalszego obniżania rentowności produkcji mebli w Polsce?**

**OIGPM:** W 2011 roku pojawił się silny czynnik związany ze wzrostem cen surowców do produkcji mebli. Chociaż w roku 2013 planuje się zakupy surowca drzewnego w oparciu głównie o umowy długoterminowe, tą formą sprzedaży objętych ma być 70 procent surowca drzewnego, oraz zakupy uzupełniające w ramach przetargów ograniczonych organizowanych na aukcjach internetowych, to jednak w efekcie przeciętna cena zakupu surowca okrągłego będzie nadal wysoka. Ponieważ surowiec drzewny stanowi około 50 procent wartości płyt drewnopochodnych, to cena płyt będzie nadal utrzymywała się na wysokim poziomie. Ponadto materiały drewnopochodne w meblu sięgają wartościowo do około 60 procent kosztów wytworzenia mebli, to aby utrzymać zadowalającą rentowność musiałyby one zdrożeć od 10 do 15 procent. Nie jest to jednak w praktyce możliwe. Rosnące koszty energii elektrycznej czy koszty pracownicze dopełniają problemu, przed jakim stają polscy producenci mebli. Oznacza to może dalszy spadek i tak niskiej już rentowności produkcji meblarskiej w Polsce.

#### **Meble News: Dziękuję za rozmowę.**



POMIMO TRUDNEJ SYTUACJI NA RYNKU WIELKOŚĆ PRODUKCJI W ROKU 2012 POWINNA OSIĄGNĄĆ WARTOŚĆ ZBLIŻONĄ DO ROKU 2011.

FOT. K. ORLIKOWSKA

MEBLE POLSKA 2013

## SIŁA TRADYCJI W NOWOCZESNEJ FORMULE

Targi MEBLE POLSKA odbywają się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich już od ponad 30 lat, z czego kilka ostatnich to ich prawdziwy renesans. O potencjale imprezy świadczy systematyczny wzrost liczby producentów i kupców meblowych przyjeżdżających do Poznania.

OPRACOWANIE NA PODSTAWIE MATERIAŁÓW MTP

W tym roku swoją ofertę na targach MEBLE POLSKA zaprezentowało 203 wystawców, których stoiska odwiedziło ponad 13 000 gości z 42 krajów. Pod ekspozycję meblową przeznaczono 28 000 m<sup>2</sup>, a wobec tak dużej tendencji rozwojowej organizatorzy przewidują,

że przyszłoroczne wydarzenie może zająć nawet 40 000 m<sup>2</sup>. Możliwości Poznania są jednak znacznie większe. Infrastruktura targowa pozwala obsłużyć 110 000 m<sup>2</sup> i tyle docelowo może zająć ekspozycja targów MEBLE POLSKA.



PROEKSPORTOWY PROFIL ORAZ MIĘDZYNARODOWY KLIMAT TARGÓW SPRAWIAJĄ, ŻE SĄ ONE IDEALNYM MIEJSCEM DO BUDOWANIA WIZERUNKU FIRMY I SIECI KONTAKTÓW W BRANŻY. Fot. MTP

### Profil B2B

Targi MEBLE POLSKA już od 1982 roku są dla polskich producentów mebli okazją do zaakcentowania swojej pozycji w branży oraz przepustką do zaistnienia na arenie międzynarodowej. Jednak to rok 2010 stanowi wyraźną cezurę w historii wydarzenia, które z imprezy otwartej, adresowanej zarówno do profesjonalistów z branży jak i do klientów ostatecznych, zmieniło się w targi o charakterze stricte biznesowym. Wdrożone wtedy usługi i udogodnienia oraz jeszcze mocniejsze podkreślenie międzynarodowego i proeksportowego profilu wydarzenia pozwoliły zmaksymalizować korzyści płynące z udziału w targach, co zaowocowało systematycznym wzrostem zainteresowania nimi. Do Poznania przyjeżdżają wszyscy liderzy polskiego przemysłu meblowego oraz mniejsi producenci, a także reprezentanci branży z zagranicy. 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. Proeksportowy 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.

### Polski towar eksportowy

W tym roku obecność MEBLE POLSKA na branżowej mapie Europy zyskała nowy wymiar. Targi te zostały wytypowane do udziału w powołanym do życia przez Ministerstwo Gospodarki „Branżowym programie promocji branży meblarskiej” w ramach kampanii „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych”.

– Realizowany przez Międzynarodowe Targi Poznańskie oraz Ogól-

nopolską Izbę Gospodarczą Producentów Mebli w latach 2012-2015 program zakłada, że targi odwiedzą dziennikarze oraz kupcy meblowi z Niemiec, Ukrainy, Rosji, Francji i Wielkiej Brytanii – mówi Filip Bittner, dyrektor grupy produktów MTP. – Dla przedstawicieli branży zostaną zorganizowane specjalne szkolenia, mające na celu poszerzenie wiedzy o strategiach wejścia na nowe rynki, obowiązujących tam przepisach prawnych i technikach marketingowych, których zastosowanie może przyczynić się do podniesienia konkurencyjności polskich firm za granicą.

### Kompleksowa oferta

Dostosowując się do tendencji panujących na rynku, organizatorzy targów MEBLE POLSKA skupiają się na przygotowaniu jak najbardziej przekrojowej oferty. W tym roku były one elementem bloku tematycznego, w którego skład weszły także dwie inne imprezy: Home Decor, czyli targi wystroju i wyposażenia wnętrz o podobnym, kontraktacyjnym profilu oraz dedykowane wzornictwu przemysłowemu wydarzenie arena DESIGN. Osiągnięty dzięki oddziaływaniu na siebie pokrewnych branż efekt synergii spotęgowany został możliwością budowania wielopoziomych relacji i doświadczeń na linii producent-odbiorca-projektant. Taka formuła okazała się strzałem w dziesiątkę, a wystawcy już teraz zapowiadają swoją obecność podczas najbliższej edycji, która odbędzie się 5-8 marca 2013.

– Jesteśmy bardzo zadowoleni – mówi Józef Szyszka, dyrektor Targów Meble Polska. – Udało nam się w tym roku wzmocnić międzynarodowy charakter targów i jeszcze bardziej podnieść jakość naszych usług. Nie zamierzamy jednak spoczywać na laurach, ta impreza i branża mają bardzo duży potencjał.



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

GOSPODARKA

# EUROCZKAWKA I NIEPEWNOŚĆ PRZYSZŁOŚCI

Dane oficjalne nie wskazują na to, aby w branży meblarskiej działo się aż tak źle, jak można usłyszeć w niektórych firmach. Najbardziej cierpią ci, którzy zaangażowani w realizację kontraktów przed Euro2012 nie zabezpieczyli portfela zamówień na obecny rok. Do tego nastroje konsumentów pogarszają się, ale liczba mieszkań oddanych do użytku na przekór pesymistom – wzrosła.

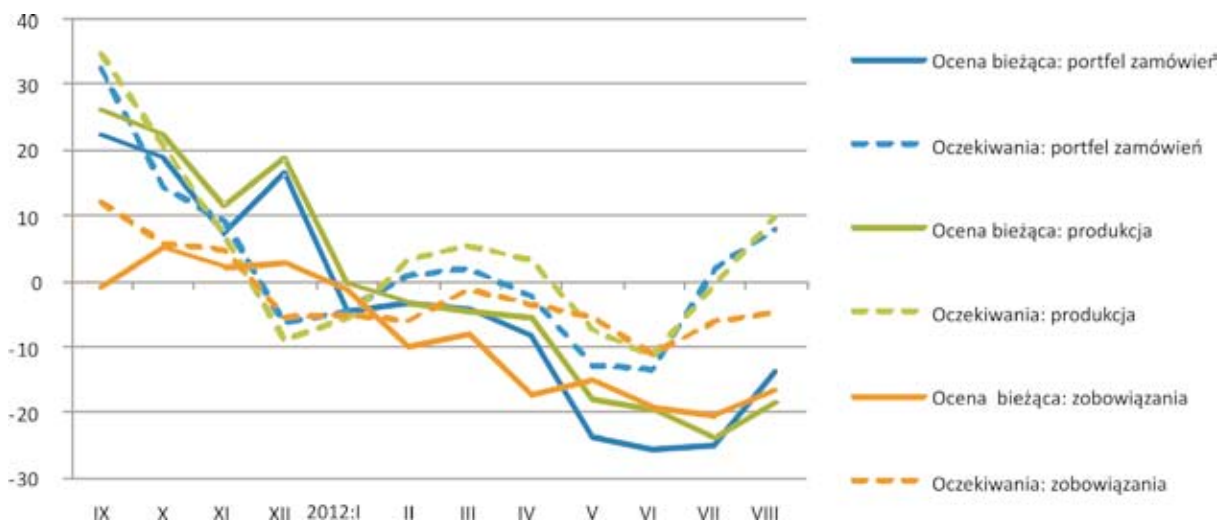
● TOMASZ WIKTORSKI, MILENA DOROZIŃSKA, MICHAŁ STRZELECKI

Ogólny klimat koniunktury w produkcji mebli został gorzej oceniony w miesiącach letnich niż na początku roku, co jednak jest zjawiskiem sezonowym. Niestety oceny były gorsze również w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. W okresie od czerwca do sierpnia 2012 roku przeciętna ocena wynosiła minus 8,5, podczas gdy rok wcześniej minus 3,2. Największy wpływ na znaczną różnicę między średnimi miały oceny sierpnia, które w tym roku wyniosły minus 5,8, a rok wcześniej plus 9,5.

W ostatnich trzech miesiącach (czerwiec-sierpień) bardziej pesymistycznie niż rok wcześniej oceniano w branży meblarskiej wszystkie badane kwestie. Na przykład, ogólna sytuacja gospodarcza firm w 2012 roku oceniana była na minus 13,4 wobec minus 11,9 rok wcześniej. Strumień zamówień krajowych i zagranicznych oceniono w br. na minus 21,4, podczas gdy rok wcześniej na minus 16,3 (pogorszenie o 5 punktów procentowych). Relatywnie mniejsze pogorszenie nastrojów dotyczyło zamówień płynących tylko z zagranicy, w tym przypadku średnia ocena była gorsza „tylko” o 2 punkty procentowe. Przewaga negatywnych ocen dotyczyła zarówno wielkości bieżącej produkcji (minus 20,8, rok wcześniej minus 15,5), zdolności do bieżącego regulowania płatności (minus 18,8, a rok wcześniej minus 16,9) jak i przewidywań ogólnej

sytuacji gospodarczej (minus 3,5, a rok wcześniej plus 9,8). W odniesieniu do ogólnej sytuacji gospodarczej przewidywania jednak poprawiają się, ponieważ jeszcze w maju i czerwcu przeważały oceny negatywne (minus 5,4 oraz minus 15,7), ale już w lipcu i sierpniu pozytywne (plus 2,2 oraz plus 2,9). Podobnie poprawiają się nastroje producentów w zakresie przewidywanego strumienia zamówień (plus 1,8 w lipcu, plus 7,8 w sierpniu), ale w tym samym czasie przewaga optymistów nad pesymistami jest znacznie mniejsza niż rok wcześniej, kiedy to w sierpniu wynosiła plus 26,4. Bardzo podobnie sytuacja układała się w odniesieniu do przewidywanej produkcji w najbliższych miesiącach. Już blisko od dwóch lat cały czas utrzymują się negatywne opinie na temat stanu zatrudnienia (z wyjątkiem opinii zebranych we wrześniu i w listopadzie 2011). Średnie oceny w okresie czerwiec-sierpień 2012 wynosiły minus 13,2, a rok wcześniej minus 11,3. Również po mniej więcej dwóch latach ciągłej przewagi poglądów o konieczności podnoszenia cen pojawiła się w czerwcu i sierpniu 2012 roku przewaga opinii mówiących o konieczności obniżania cen. Stan zapasów oceniany jest cały czas jako nadmierny, ale też mniejszy niż w roku ubiegłym. Średnie oceny za okres czerwiec-sierpień wyniosły bowiem minus 2,6 w 2012 roku i minus 6,5 w 2011 roku. Natomiast przewidywana zdolność

WSKAŹNIKI KONIUNKTURY W PRZEMYSŁE CZ. 1.



firm do regulowania zobowiązań została oceniona bardziej negatywnie od analogicznej oceny dokonanej w ubiegłym roku (minus 5 w sierpniu 2012; poprzednio plus 4,7). W czerwcu wskaźnik ten był najniższy i wynosił aż minus 11,4.

### Koniunktura w handlu

Ogólna sytuacja gospodarcza w handlu detalicznym w branży „art. gospodarstwa domowego” pozostaje na zbliżonym poziomie jak miesiąc temu (odpowiednio minus 15,9 i minus 15,2). W porównaniu do poprzedniego roku w sierpniu 2012 roku zanotowano spadek nastrojów aż o minus 5,2 pkt. procentowego. Należy jednak zwrócić uwagę, iż menedżerowie bardziej optymistycznie niż miesiąc wcześniej przewidują ogólną sytuację gospodarczą na kolejne miesiące. Wskaźnik mówiący o tym zjawisku wyniósł w sierpniu plus 13,3 i jest to aż o 10,3 pkt. procentowego więcej niż w poprzednim miesiącu. Najczęściej branża „artykuły gospodarstwa domowego” jako bariery wymienia niedostateczny popyt na rynku (71,3), wysoką konkurencję (74,6) oraz wysokie koszty zatrudnienia (61,0) i wysokie obciążenia na rzecz budżetu (52,2). Jeśli chodzi o ilość sprzedanych towarów w sierpniu 2012 roku sytuacja znacznie poprawiła się (ocena minus 4,3; poprzednio minus 14,9) i w najbliższym czasie także przewiduje się poprawę (plus 18,5). Obserwuje się również poprawę nastrojów w odniesieniu do zdolności regulowania zobowiązań finansowych. W sierpniu wskaźnik wyniósł o 5,4 pkt. procentowych mniej niż w ubiegłym miesiącu (23,7). Biorąc po uwagę wszystkie te zjawiska, ogólny klimat koniunktury pomimo nadal przewagi ocen negatywnych przedstawia się dużo lepiej niż w ubiegłym miesiącu – odpowiednio minus 1,3 i minus 6,3.

### Koniunktura konsumencka

W sierpniu 2012 roku pogorszyły się nastroje konsumenckie społeczeństwa w porównaniu do poprzedniego miesiąca, jak również do sierpnia ubiegłego roku. Cały czas na niskim poziomie utrzymuje się bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK). Pomimo wzrostu w trzech kolejnych miesiącach, w sierpniu 2012 roku wskaźnik ufności konsumenckiej został obliczony na minus 28,1%, to jest mniej o 3 pkt. procentowe niż w sierpniu 2011 roku i o 1,1 pkt. procentowego mniej w stosunku do poprzedniego miesiąca. Na obniżenie wartości wskaźnika miały wpływ przede wszystkim gorsze oczekiwania konsumentów w zakresie sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (o 2,4 pkt. proc., obecnie minus 17,8) i ogólnej sytuacji ekonomicznej (o 2,7 pkt. proc.), który wynosi minus 36,9. Porównując analogicznie do poprzedniego okresu, wskaźniki te przedstawiały się odpowiednio: minus 14,7 i minus 30,2. Spadła również wartość ocen zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej w ciągu

ostatnich 12 miesięcy (o 1,6 pkt. proc.) oraz dokonywania ważnych zakupów (0,6 pkt. proc.). Wskaźniki te wyniosły odpowiednio minus 44 i minus 18,4, natomiast analogicznie do poprzedniego roku minus 42,4 i minus 15,5. Jedynie polepszyła się ocena w zakresie zmian w sytuacji finansowej gospodarstw domowych o 1,7 pkt. proc. (obecnie minus 23,5). Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w sierpniu 2012 roku zanotował spadek o 1,4 pkt. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i wyniósł minus 35,8%. Jednocześnie jest to wartość niższa o 6,9 pkt. proc. niż w sierpniu ubiegłego roku, co jest głównie spowodowane znacznie gorszą oceną w zakresie zmian poziomu bezrobocia aż o 17,6 pkt. proc. Wskaźnik zmian poziomu bezrobocia wyniósł aż 50,8, a analogicznie w poprzednim okresie minus 33,2. Powodem pogorszenia tego wskaźnika są także niższe oceny oczekiwanych zmian w ciągu najbliższych 12 miesięcy, które dotyczą: zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa (minus 17,8), ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju (minus 36,9), możliwości oszczędzania pieniędzy (minus 37,6). W poprzednim miesiącu oceny te przedstawiały się odpowiednio: minus 15,4, minus 34,2 oraz minus 38,2. Natomiast porównując II kwartał 2012 roku analogicznie do poprzedniego okresu wskaźnik ufności konsumenckiej wyniósł odpowiednio minus 34,6 i 28,7.

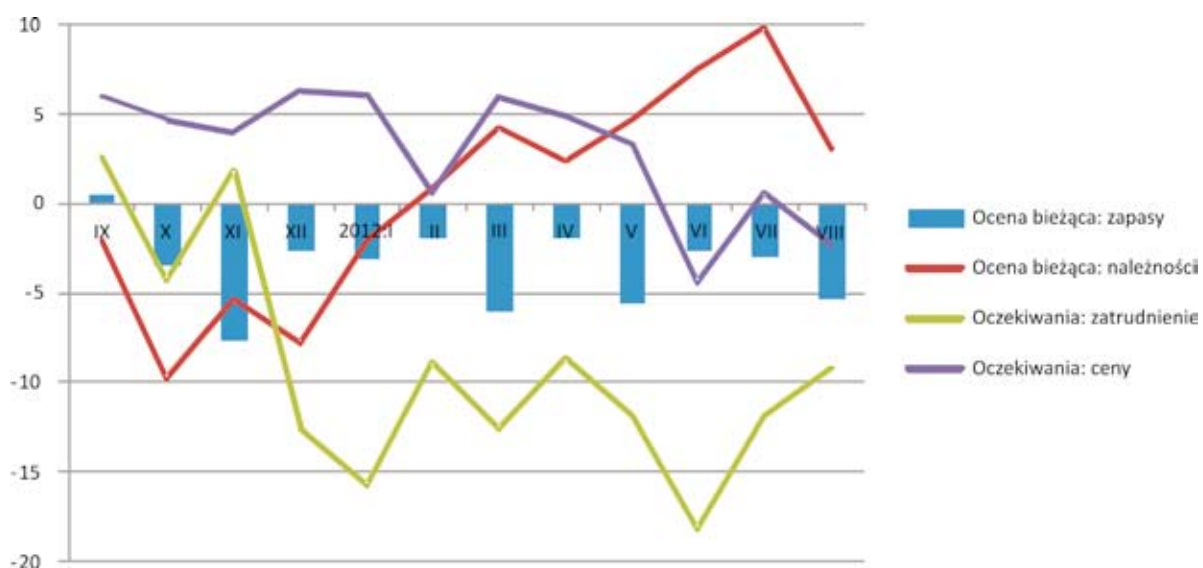
### Wolumen produkcji

Wzrost wolumenu produkcji mebli od stycznia do lipca 2012 roku w odniesieniu do analogicznego okresu roku poprzedniego zanotowały meble kuchenne o blisko 23% oraz meble drewniane do salonu i jadalni o 5,5%. Natomiast niewielki spadek wielkości wolumenu produkcji mebli przypadł meblom do siedzenia przekształcanym w miejsce do spania (ponad 1%) oraz w większym stopniu w odniesieniu do mebli drewnianych stosowanych w sypialniach (minus 7,4%). W przypadku wolumenu produkcji wyrobów drewnopochodnych w okresie od stycznia do lipca 2012 roku zanotowano spadek produkcji płyt wiórowych jedynie o 1,7%. Natomiast produkcja płyt pilśniowych zwiększyła się o ponad 5%, na co z pewnością miał wpływ start fabryki cienkich płyt MDF Swedspan w gminie Orla.

### Wartość produkcji

W momencie opracowywania niniejszego materiału dostępne dane odnośnie wartości produkcji dotyczą jedynie I kwartału 2012 roku. Charakteryzował się on względnie stabilną sytuacją – spadek wartości produkcji sprzedanej o 0,7% w firmach dużych, małych i średnich – łączna wartość sięgnęła 6 mld 882 mln złotych. Gorzej wygląda dynamika wzrostu, jeśli uwzględnimy infla-

WSKAŹNIKI KONIUNKTURY CZ. 2.



cję i wskaźnik przedstawimy w cenach stałych, w takiej sytuacji spadek wartości wyniósłby blisko 4%.

Zatrudnienie w firmach dużych, średnich i małych zmniejszyło się w ciągu roku o około 6% i na koniec I kwartału 2012 roku wynosiło 127,8 tys. osób. Najwyższy spadek w zatrudnieniu występował w firmach małych, o ponad 7%. W tym samym czasie wynagrodzenie w branży meblarskiej wzrosło w firmach dużych, średnich i małych o ponad 7%. Przeciętne wynagrodzenie w branży meblarskiej w I kwartale 2012 roku równe było 2684,49 zł brutto.

## Eksport i import

Dane prezentowane przez GUS na temat wartości eksportu i importu mebli za I kwartał 2012 roku są danymi wstępnymi i mogą być korygowane w okresach późniejszych. Porównując bezpośrednio dane dotyczące okresu I kwartału 2012 roku i I kwartału 2011 roku według GUS mamy do czynienia z 30-procentowym wzrostem obrotów w handlu zagranicznym. Taki wniosek budzi wiele wątpliwości. Analizując te same dane pozyskane ze źródeł Eurostat, prezentowane w euro, w I kwartale 2012 roku obserwujemy 5,4% wzrostu w eksporcie oraz 4,9% w imporcie. Na wynik w złotówkach dodatkowo wpływa osłabienie się złotego względem euro, które dla porównywalnych kwartałów wyniosło 7,2%. W świetle analizy B+R Studio wzrost eksportu liczony w złotówkach w I kwartale 2012 roku wyniósł 12,6%, a importu 12,1%. W tym samym czasie wolumen eksportu liczony w kilogramach wzrósł jedynie o 2,7%, a importu o 4,4%.

## Podsumowanie 2011 roku

W ostatnich miesiącach Główny Urząd Statystyczny wydał publikację „Produkcja wyrobów przemysłowych w 2011 roku”, w której podana wartość produkcji mebli sięgnęła 25 mld 922 mln zł i jest to wzrost o 12% w porównaniu do poprzedniego roku. Natomiast według Małego Rocznika Statystycznego, wartość produkcji sprzedanej branży meblarskiej (łącznie z firmami mikro) została określona na 31 mld 741 mln zł. Wartość ta liczona jest metodą podmiotową, co oznacza łączną wartość przychodów przedsiębiorstw zarejestrowanych w dziale PKD 31, bez uwzględnienia, z jakiej faktycznej działalności osiągnięte zostały przychody.

W ostatnim czasie Główny Urząd Statystyczny opublikował także dane o wymianie handlowej z zagranicą. Dane roczne za 2011 rok przedstawiające eksport towarów z grup CN 9401-9404 (włączając meble medyczne oraz śpiwory i artykuły pościelowe) przedstawiają wartość 27 mld 627 mln zł, co stanowi wzrost w porównaniu do ubiegłego roku o 16%. Wartość eksportu śpiworów i artykułów pościelowych w 2011 roku wyniosła ponad 947 mln zł. Z kolei wartość eksportu mebli medycznych, porównując analogicznie do poprzedniego roku, zanotowała niewielki spadek o około 4% i wyniosła blisko 386 mln zł. Wartość importu omawianych towarów w 2011 roku wyniosła 4 mld 476 mln zł i wykazywała wzrost na zbliżonym poziomie co eksport, o 14%.

## Budownictwo

Okres od stycznia do lipca 2012 roku pod względem liczby oddanych do użytku mieszkań nastraja optymistycznie. Wyniki są zdecydowanie lepsze niż w analogicznym okresie 2011 roku. Po siedmiu miesiącach 2012 roku liczba mieszkań oddanych do użytku jest wyższa o ponad 22% niż w ubiegłym roku.

Liczy te wynosiły odpowiednio 79 538 i 65 064 mieszkań. Istotną informacją jest fakt, że najbardziej wzrosła liczba mieszkań przeznaczonych na spółdzielcze plus 55% oraz na sprzedaż lub wynajem plus 42%. Liczba oddawanych mieszkań indywidualnych wzrosła o ponad 11%. Pozytyw tej sytuacji przysłaniają jednak pogarszające się nastroje konsumenckie oraz spadająca liczba udzielanych kredytów hipotecznych. W tym kontekście sprzedaż detaliczna mebli na rynku krajowym w 2012 roku powinna wzrosnąć w porównaniu do roku ubiegłego, ponieważ część lokali z pewnością znajdzie swoich nabywców, którzy będą je wyposażać w meble.

## WOLUMEN PRODUKCJI WYBRANYCH GRUP MEBLI w 2011 roku w POLSCE

Wyroby	Jednostka miary	2011
Meble do siedzenia przekształcalne w miejsce do spania	tys. szt.	2 575
Meble do siedzenia, tapicerowane, mieszkaniowe	tys. szt.	10 223
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni do wbudowania	tys. szt.	938
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w kuchni, pozostałe	tys. szt.	2 279
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	3 445
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. szt.	20 168

## WIELKOŚĆ PRODUKCJI POSZCZEGÓLNYCH PRODUKTÓW DREWNOPOCHODNYCH

Produkty drewnopochodne	Jednostka miary	VII	I-VII	VII	I-VII
		2012	2012	2011=100	2011=100
Płyty wiórowe i podobne płyty z drewna lub materiałów drewnopochodnych	dm <sup>3</sup>	389	2 750	90,3	98,3
Płyty pilśniowe z drewna lub materiałów drewnopochodnych	tys. m <sup>2</sup>	37 805	284 798	101,9	105,2

## WARTOŚĆ PRODUKCJI SPRZEDANEJ

Produkcja sprzedana	I kw. 2012 w mln PLN	I kw. 2011 w mln PLN	I kw. 2012=100
Firmy duże, średnie i małe	6882,2	6927,7	99,3
Firmy duże i średnie	5662,4	5717,9	99,0
Firmy małe	1219,8	1209,8	100,8

## ZATRUDNIENIE W BRANŻY MEBLARSKIEJ LICZONE KWARTAŁ DO KWARTAŁU

Zatrudnienie	I kw. 2012	I kw. 2011	I kw. 2011=100
Firmy duże, średnie i małe	127,8	135,9	94,0
Firmy duże i średnie	101,8	107,8	94,4
Firmy małe	26,0	28,1	92,5

## WIELKOŚĆ PRODUKCJI WYBRANYCH RODZAJÓW MEBLI

Grupa mebli	Jednostka miary	I-VII 2012	VII 2011=100	I-VII 2012/2011
Meble do siedzenia przekształcalne w miejsce do spania	tys. szt.	1 253	96,0	98,9
Meble kuchenne	tys. szt.	1 649	126,6	122,7
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w sypialni	tys. szt.	1 604	101,9	92,6
Meble drewniane, w rodzaju stosowanych w pokojach stołowych i salonach	tys. szt.	10 593	92,5	105,5