Łódź, dnia 28 sierpnia 2023 r.

**RAPORT O STANIE BRANŻY OBUWNICZEJ W POLSCE**

**Spis treści:**

1. Dane statystyczne

2. Mocne strony branży

3. Zagrożenia dla branży

4. Warunki konieczne dla zrównoważonego rozwoju polskiej branży obuwniczej

1. DANE STATYSTYCZNE

**45. miejsce na świecie w produkcji obuwia**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dział** | **Jedn.** | **2020** | **2021** | **2022** | **Zmiana %**  **2022/2021** |
| Produkcja obuwia (łącznie z gumowym)  w tym obuwie nieprzemakalne  w tym obuwie wyjściowe z wierzchami z gumy lub tworzyw sztucznych  w tym pantofle lub inne obuwie domowe  w tym obuwie z wierzchami wykonanymi ze skóry  w tym obuwie tekstylne (z wyłączeniem sportowego) | mln par | 28,49  3,40  9,21  1,59  6,71  5,31 | 26,23  5,18  5,43  1,74  5,83  5,32 | **25,15**  **4,58**  **6,73**  **1,64**  **4,57**  **4,98** | **-4,12**  **-11,58**  **+23,94**  **-5,75**  **-21,61**  **-6,39** |

dane przy zatrudnieniu powyżej 9 osób w przedsiębiorstwie

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Wartość produkcji sprzedanej:  - Obuwie | w mln zł | 1 505,13 | 1 433,11 | **1 498,87** | **+4,59** |

**Konsumpcja: 149 mln par obuwia w roku 2022, 30. miejsce na świecie**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2020 | 2021 | **2022** | **Zmiana %**  **2022/2021** |
| Liczba firm w przemyśle skórzanym  w tym: Wyprawa skór, garbowanie; wyprawa i barwienie skór futerkowych  w tym: Produkcja toreb bagażowych, toreb ręcznych i podobnych wyrobów kaletniczych; produkcja wyrobów rymarskich  w tym: Produkcja obuwia | 5 137  353  1 707  3 077 | 4 891  334  1 651  2 906 | **4659**  **317**  **1 596**  **2746** | **-4,74**  **-5,09**  **-3,3**  **-5,51** |

**Eksport obuwia w roku 2022**

**10 miejsce na świecie w eksporcie obuwia**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa** | **Jednostka** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **+wzrost %**  **-spadek %**  **2022/2021** |
| **Ilość obuwia ogółem** | mln par | 106,70 | 120,62 | **122,28** | **130,85** | **134,62** | **+2,88** |
| **Wartość obuwia** | mln EUR | 1 666,37 | 2 072,53 | **2 195,53** | **2 527,73** | **2 733,50** | **+8,14** |
| **Średnia cena** | EUR | 15,62 | 17,18 | **17,95** | **19,32** | **20,30** | **+5,07** |
| **Średnia cena** | PLN | 66,58 | 73,84 | **79,78** | **88,24** | **95,14** | **+7,82** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *\* 1EUR = 4,6869 PLN - średni kurs NBP za rok 2022* |  |  |  |  |  |  |

**EKSPORT**

**Obuwie tworzywowe: 33%**

**Obuwie tekstylne: 30%**

**Obuwie skórzane: 27%**

**Pozostałe: 7%**

**Obuwie gumowe: 3%**

**Struktura eksportu polskiego obuwia w 2022 roku w tysiącach par ze względu na kraje przeznaczenia**

**- wybrane największe kierunki eksportowe**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p.** | **Kraj** | **Ilość**  **w tys. par** | **Wartość**  **w tys. EUR** | **Wartość**  **w tys. PLN** |
| 1. | Niemcy | 38 740 | 810 460 | 3 791 193 |
| 2. | Czechy | 13 779 | 219 154 | 1 026 606 |
| 3. | Rumunia | 10 979 | 191 789 | 895 798 |
| 4. | Węgry | 6 745 | 113 176 | 529 103 |
| 5. | Słowacja | 5 728 | 96 276 | 450 855 |
| 6. | Włochy | 5 318 | 125 901 | 588 259 |
| 7. | Federacja Rosyjska | 4 193 | 104 332 | 487 190 |
| 8. | San Marino | 4 139 | 21 879 | 101 643 |
| 9. | Litwa | 3 436 | 60 674 | 284 215 |
| 10. | Niderlandy | 3 211 | 66 069 | 309 863 |
| 11. | Bułgaria | 3 150 | 74 680 | 350 191 |
| 12. | Francja | 3 093 | 68 685 | 320 442 |
| 13. | Ukraina | 2 791 | 61 998 | 291 503 |
| 14. | Chorwacja | 2 773 | 48 426 | 226 758 |
| 15. | Austria | 2 751 | 62 713 | 293 821 |
| 16. | Hiszpania | 2 168 | 52 021 | 242 906 |
| 17. | Szwajcaria | 2 078 | 101 941 | 477 931 |
| 18. | Łotwa | 2 029 | 29 419 | 137 876 |
| 19. | Dania | 1 822 | 35 933 | 169 078 |
| 20. | Grecja | 1 635 | 56 061 | 262 868 |
| 21. | Szwecja | 1 579 | 41 296 | 194 399 |
| 22. | Zjednoczone Królestwo | 1 476 | 48 575 | 227 366 |
| 23. | Estonia | 1 213 | 13 409 | 62 939 |
| 24. | Norwegia | 1 194 | 63 127 | 295 699 |
| 25. | Belgia | 1 193 | 22 635 | 105 902 |
| 26. | Pozostałe | 7 405 | 142 821 | 669 957 |
| **27.** | **Ogółem** | **134 618** | **2 733 450** | **12 794 361** |

**Import obuwia w roku 2022**

**11 miejsce na świecie w imporcie obuwia**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa** | **Jednostka** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **+wzrost %**  **-spadek %**  **2022/2021** |
| **Ilość obuwia ogółem** | mln par | 214,03 | 230,39 | 215,45 | 239,29 | **258,91** | **+8,20** |
| **Wartość obuwia** | mln EUR | 2 331,30 | 2 686,55 | 2 859,27 | 3 179,65 | **3 818,21** | **+20,08** |
| **Średnia cena** | EUR | 10,89 | 11,66 | 13,27 | 13,29 | **14,75** | **+10,99** |
| **Średnia cena** | PLN | 46,42 | 50,11 | 58,98 | 60,70 | **69,13** | **+13,89** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *\* 1EUR = 4,6869 PLN - średni kurs NBP za rok 2022* |  |  |  |  |  |  |

**IMPORT**

**Obuwie tworzywowe: 37%**

**Obuwie tekstylne: 35%**

**Obuwie skórzane: 22%**

**Pozostałe: 5%**

**Obuwie gumowe: 1%**

**Struktura importu obuwia w 2022 roku w tysiącach par ze względu na kraje pochodzenia**

**- wybrane największe kierunki importowe**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Kraj** | **Ilość**  **w tys. par** | **Wartość**  **w tys. EUR** | **Wartość**  **w tys. PLN** |
| 1. | Chiny | 155 370 | 1 500 739 | 7 021 721 |
| 2. | Wietnam | 21 083 | 583 856 | 2 733 154 |
| 3. | Niemcy | 12 062 | 279 074 | 1 301 158 |
| 4. | Bangladesz | 9 768 | 118 449 | 555 114 |
| 5. | Indie | 9 351 | 157 805 | 740 014 |
| 6. | Indonezja | 7 201 | 215 363 | 1 006 737 |
| 7. | Włochy | 5 101 | 172 718 | 808 121 |
| 8. | Ukraina | 4 371 | 19 409 | 90 147 |
| 9. | Turcja | 4 082 | 51 336 | 240 050 |
| 10. | Niderlandy | 3 882 | 71 972 | 337 107 |
| 11. | Mjanma | 3 463 | 42 469 | 199 310 |
| 12. | Kambodża | 3 060 | 82 792 | 387 209 |
| 13. | Hiszpania | 1 939 | 46 587 | 217 673 |
| 14. | Dania | 1 808 | 59 355 | 281 120 |
| 15. | Francja | 1 448 | 29 404 | 136 144 |
| 16. | Maroko | 1 397 | 32 971 | 154 193 |
| 17. | Tunezja | 1 306 | 29 205 | 136 459 |
| 18. | Portugalia | 1 298 | 51 482 | 241 818 |
| 19. | Belgia | 1 248 | 40 636 | 189 649 |
| 20. | Węgry | 1 089 | 15 684 | 73 041 |
| 21. | Pozostali | 8 591 | 216 904 | 1 014 011 |
| **22.** | **Ogółem** | **258 918** | **3 818 210** | **17 863 950** |

Źródła:

* GUS
* Zestawienie eksportowe i importowe wygenerowano na podstawie zbioru rocznego Wydziału Centrum Analitycznego Izby Administracji Skarbowej w Warszawie zatwierdzonego przez GUS
* World Footwear 2023 Yearbook

**2. MOCNE STRONY BRANŻY  
  
Branża skórzano-obuwnicza jest istotną częścią sektora TCLF, który staje się bardzo ważnym komponentem unijnej gospodarki. Tworzone są dla niej liczne programy i przedsięwzięcia związane z edukacją zawodową, zatrudnieniem, ochroną środowiska i konwersją do sektora obiegu zamkniętego w gospodarce.**

**Nasze mocne strony to:**

- Tworzenie miejsc pracy w regionach, gdzie nie ma wielkich inwestycji i oddziałów zagranicznych koncernów,

- Łączenie nowoczesności z wieloletnią tradycją rzemieślniczą,

- zatrudnianie wykwalifikowanej kadry pracowniczej,

- rozproszony system produkcji (przeważający udział mikro i małych firm) odporny na globalne kryzysy gospodarcze dzięki bazowaniu na lokalnych surowcach i krótkich łańcuchach dostaw. Małe firmy rodzinne, działające w takiej właśnie strukturze, odegrają kluczową rolę w transformacji rynku pracy w tych regionach, gdzie w najbliższych latach taka transformacja będzie konieczna, choćby z powodu oczekiwanej dekarbonizacji naszej gospodarki lub innych względów ekonomicznych, które mogą być wymuszone przez stan gospodarki globalnej,

- wysokie nasycenie technologią na etapach projektowania i produkcji,

- znaczący udział w rozwoju e-commerce,

- wysoka elastyczność produkcji, krótki czas dostaw i niski poziom wytwarzanego śladu węglowego,

- łatwość konwersji w przedsiębiorstwa działające zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju,

- wysoka biodegradowalność wytwarzanych odpadów i produktów po zakończeniu ich użytkowania,

- zróżnicowana oferta produktowa,

- branża z przyszłością w dobie slow life i ekologii.

**3. ZAGROŻENIA DLA BRANŻY**

- funkcjonowanie nieformalnego obiegu towarowego produktów importowanych niskiej jakości i wartości, obarczonych ryzykiem występowania zabronionych substancji chemicznych, stanowiących zagrożenie dla zdrowia konsumentów,

- słabość instytucji państwa (UOKiK, KAS) w zwalczaniu wyżej opisanych zjawisk, wynikająca z ich niedoinwestowania,

- stale rosnące koszty prowadzenia działalności (energia elektryczna, koszty zatrudnienia, nowe obciążenia fiskalne wynikające z wdrożenia Polskiego Ładu),

- rosnąca liczba obowiązków dotycząca rozliczeń podatkowych, sprawozdawczości, procedur związanych z zatrudnieniem, ochroną środowiska,   
  
- dominacja kapitałowa dużych korporacji korzystających z niedoskonałości systemów prawnych i podatkowych, bądź korzystających ze statusu spółek technologicznych i związanych z tym korzyści podatkowych,  
- nieprzestrzeganie zasad fair trade przez duże korporacje handlowe i sklepy sieciowe, głównie w zakresie nieuzasadnionych rachunkiem ekonomicznym promocji i wyprzedaży,

- niekorzystnie sformułowane przepisy dotyczące podmiotów dominujących na rynku. Część rynku, opanowana przez podmioty dominujące, powinna być obliczana jako wartość łączna i nie powinna znacząco przekraczać części pozostawionej dla podmiotów rozproszonych

- niska zdolność kapitałowa do promocji własnej marki,

- niska świadomość konsumencka, brak programów i kampanii na temat szkodliwości niskiej jakości produktów, wytworzonych z materiałów niewiadomego pochodzenia,

- brak czytelnych zasad dotyczących znakowania obuwia krajem pochodzenia na poziomie legislacji unijnej i krajowej,

- brak efektywnych programów wsparcia eksportu, zwłaszcza na poziomie rządowym,

- brak efektywnego systemu szkolnictwa zawodowego (BCU mają dopiero powstać),

- brak zorganizowanego samorządu gospodarczego, który miałby realny wpływ na decyzje polityków i byłby w stanie sam rozwiązywać problemy branży.

**4. WARUNKI KONIECZNE DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU POLSKIEJ BRANŻY OBUWNICZEJ**

4.1. Ograniczenie niekontrolowanego napływu towarów niskiej jakości produkowanych poza UE poprzez pełne wykorzystanie organów Państwa (UOKiK, Ministerstwo Zdrowia, Krajowa Administracja Skarbowa) do działań monitorujących i kontrolnych, w tym skuteczne egzekwowanie rozporządzenia REACH obowiązującego dla całej Unii Europejskiej, regulującego dopuszczalny poziom określonych substancji (w szczególności kancerogennych) lub ich całkowity zakaz. Konieczne jest wdrożenie skutecznych środków monitorowania i kontroli dopuszczalnego poziomu substancji szkodliwych występujących w obuwiu i innych wyrobach skórzanych sprowadzanych na rynek krajowy.

4.2 Zmiana wadliwych przepisów prawa krajowego, dopuszczających znakowanie towarów sprowadzanych z krajów trzecich znakiem towarowym producenta krajowego. W szczególności chodzi o ustawę z dnia 12 grudnia 2003 r. O ogólnym bezpieczeństwie produktów Dz.U. 2003 Nr 229 poz. 2275, która w Art. 3 pkt. 2, która niewłaściwie i nieprecyzyjnie definiuje pojęcie producenta towaru. W myśl przepisów tej ustawy przedsiębiorca krajowy dokonujący importu towarów z dowolnego obszaru gospodarczego, może określić siebie mianem producenta tegoż towaru i umieścić na nim swój znak towarowy, wskazując swój krajowy adres jako miejsce wytworzenia produktu. Umożliwia to czerpanie nieuzasadnionych korzyści z waloru związanego z pochodzeniem towaru, a także rozmywanie bardzo ważnego dla nas wszystkich znaku Marka Polska.

4.3. Wsparcie inicjatywy mającej na celu wprowadzenie dyrektywy **Made in**, czyli obowiązku oznakowania produktu wg kraju pochodzenia. To działanie pomogłoby naszym rodzimym firmom lepiej pracować na rzecz wspólnej marki POLSKA – Rynek unijny musi stać się pod tym względem jednolity a towary, jakie nabywa konsument, muszą być oznakowane zgodnie z tym, gdzie faktycznie zostały wyprodukowane.

4.4. Wyeliminowanie pojęcia „Skóra ekologiczna” i zakaz oznaczania w ten sposób jakichkolwiek produktów udających te ze skóry naturalnej. Pojęcie „Skóra” powinno być zarezerwowane tylko i wyłącznie dla skóry naturalnej.

4.5. Wsparcie eksportu niezależnie od unijnych programów pomocowych, uproszczenie aplikowania i realne finansowanie projektów związanych z ekspansją na rynki zagraniczne (indywidualny udział w targach, wyjazdy grupowe organizowane przez izby branżowe, promocja na rynkach zagranicznych z wykorzystaniem wyspecjalizowanych katalogów i portali internetowych),

4.6. Promocja Marki Polskiej z wykorzystaniem większych funduszy publicznych,

4.7. Ułatwienia podatkowe, jednoznaczne interpretacje podatkowe w e-commerce,

4.8. Finansowany z budżetu Państwa Samorząd Gospodarczy, edukacja zawodowa w gestii samorządu,

4.9. Uproszczone procedury prawne i przepisy podatkowe w tym ryczałty dla małych firm rodzinnych,

4.10. Właściwe wykorzystanie potencjału branży w realizowaniu zamówień publicznych ( obuwie specjalistyczne, zdrowotne, ochronne, dla służb mundurowych),

4.11 Wsparcie finansowe procesów konwersji na gospodarkę obiegu zamkniętego z wykorzystaniem niezależnych źródeł energii,

4.12. Wsparcie finansowe na promocję skóry naturalnej jako najbezpieczniejszego i optymalnego z wielu względów surowca,

4.13. Finansowanie monitorowania rynku oraz analiz prawnych realizowanych przez izby branżowe z budżetu państwa,

4.14. Finansowany z budżetu państwa program na rzecz wzrostu świadomości społecznej, mający na celu bezpieczeństwo i ochronę zdrowia konsumentów na rynku zdominowanym przez importowane produkty niskiej jakości.