

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

dane przy zatrudnieniu powyżej 9 osób w przedsiębiorstwie

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

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

|  | 2020  | 2021  | 2022  | Zmiana %<br>2022/2021 |
|--|-------|-------|-------|-----------------------|
| Liczba firm w przemyśle skórzanym  | 5 137 | 4 891 | 4 659 | -4,74                 |
| w tym: Wyprawa skór, garbowanie; wyprawa i barwienie skór futerkowych  | 353   | 334   | 317   | -5,09                 |
| w tym: Produkcja toreb bagażowych, toreb ręcznych i podobnych wyrobów kaletniczych; produkcja wyrobów rymarskich | 1 707 | 1 651 | 1 596 | -3,3                  |
| w tym: Produkcja obuwia  | 3 077 | 2 906 | 2 746 | -5,51                 |

## Eksport obuwia w roku 2022

### 10 miejsce na świecie w eksporcie obuwia

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

\* 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

| Lp. | 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 %<br>-spadek %<br>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,

Podmiot publikujący: Polska Izba Przemysłu Skórzanego z siedzibą w Łodzi

- 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 wyprzedazy,
- 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. Termin „skóra” powinien być zarezerwowany 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. Uprozczone 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.