

Identyfikacja instrumentów wsparcia dla rozwoju sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów





Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Sytuacja sektora mody i innowacyjnych tekstyliów w Polsce i w Europie	4
2.1. Ogólna charakterystyka sektora w Polsce	4
2.2. Ogólna charakterystyka sektora w wybranych krajach Europy	10
3. Uwarunkowania rozwoju sektora	14
3.1. Możliwości rozwojowe sektora.....	14
3.2. Bariery determinujące rozwój sektora	16
4. Ekonomiczne i organizacyjne instrumenty wsparcia rozwoju sektora	18
5. Podsumowanie	28
6. Bibliografia	30

1. Wstęp

Przekazujemy w Państwa ręce raport przygotowany z myślą o identyfikacji rozwiązań mogących przyczynić się do dalszego dynamicznego rozwoju polskiego sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów. W raporcie zaprezentowano instrumenty wsparcia dla rozwoju sektora wdrażane w państwach będących europejskimi liderami w produkcji i handlu odzieży – w Niemczech, Francji i we Włoszech. Państwa te są również liderami pod względem wydatków gospodarstw domowych na artykuły odzieżowe, aktywnie wspierają badania i projekty w zakresie innowacji, a także promują kształcenie zawodowe w sektorze. Punktem wyjścia jest krótki opis sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów w Polsce oraz w Europie. W raporcie przedstawiono również bariery i wyzwania stojące aktualnie przed branżą.

Warunkiem rozwoju sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów jest efektywna współpraca wszystkich zaangażowanych podmiotów: władzy publicznej, organów ustawodawczych, przedstawicieli innych gałęzi przemysłu oraz organizacji pozarządowych i społecznych. Zebrane dane pokazują, że zarówno w Niemczech, Francji, jak i we Włoszech przemysł mody i innowacyjnych tekstyliów otrzymuje wszechstronną pomoc ze strony rządu i władz lokalnych, które aktywnie wspierają szczególnie projekty rozwojowe w obszarze innowacji.

W raporcie określenie „przemysł mody” stosuje się jako nazwę własną sektora, zajmującego się projektowaniem i wytwarzaniem wyrobów odzieżowych oraz organizacją tych procesów. Natomiast przemysł włókienniczy zajmuje się zarówno przetwarzaniem surowców stosowanych w produkcji materiałów włókienniczych (naturalnych – np. nici, przędzy, i sztucznych – np. wiskozy), jak i wytwarzaniem z nich materiałów (tekstyliów). Dlatego też w niniejszym raporcie stosuje się określenia „przemysł włókienniczy” lub „przemysł tekstylny”.

Niniejszy raport był przygotowywany w oparciu o źródła pochodzące w dużej mierze z lat 2019 i 2020. I choć były to najnowsze dane, przedstawiają sytuację w sektorze tylko do początku epidemii koronawirusa. Scenariusz optymistyczny nakazuje przyjąć, że opisane w raporcie kierunki działań, wytyczone przed pandemią, będą w przyszłości kontynuowane, choć w najbliższym czasie innowacyjność i zrównoważony rozwój mogą nie być priorytetem dla sektora.

Raport przygotowany przez:

Instytut Analiz Rynku Pracy Sp. z o.o.

ul. Zbyszka Cybulskiego 3, 00-727 Warszawa

<https://iarp.edu.pl>

2. Sytuacja sektora mody i innowacyjnych tekstyliów w Polsce i w Europie

2.1. Ogólna charakterystyka sektora w Polsce

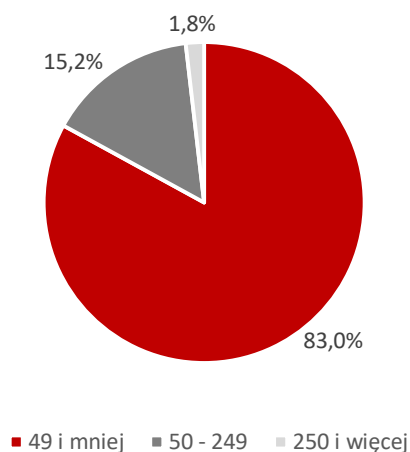
Sektor mody i innowacyjnych tekstyliów w Polsce obejmuje następujące segmenty¹:

- produkcję wyrobów tekstylnych;
- produkcję odzieży;
- produkcję skór i wyrobów skórzanych.

Udział produkcji sektora w ogólnej wartości przetwórstwa przemysłowego wyniósł w 2018 r. 2,4%, a w produkcji globalnej przemysłu – 2,1%². Złożona stopa wzrostu rocznego CAGR³ sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów w Polsce w latach 2016-2019 wyniosła 11,5%⁴.

W 2018 r. w polskim sektorze modowym działało 21 838 podmiotów. Największy udział miały firmy produkujące odzież (60,3%). Podmioty zajmujące się produkcją wyrobów tekstylnych stanowiły 27,1%, a udział podmiotów produkujących skóry i wyroby skórzane wyniósł 12,6%. Polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów jest zdominowany przez małe firmy, zatrudniające do 49 pracowników, które stanowią ponad 80% ogólnej liczby firm w sektorze⁵ (Wykres 1).

Wykres 1. Struktura podmiotów sektora wg liczby zatrudnionych (w %)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych GUS, dostęp 08.06.2020 r.

¹ Według Polskiej Klasyfikacji Działalności. Sekcja C – przetwórstwo przemysłowe: dział 13 – produkcja wyrobów tekstylnych; dział 14 – produkcja odzieży; dział 15 – produkcja skór i wyrobów ze skór wyprawionych. <http://www.klasyfikacje.gofin.pl/pkd/5,1,1511,przetworstwo-przemyslowne.html#sekcja>, dostęp 01.06.2020.

² Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r. GUS 2020

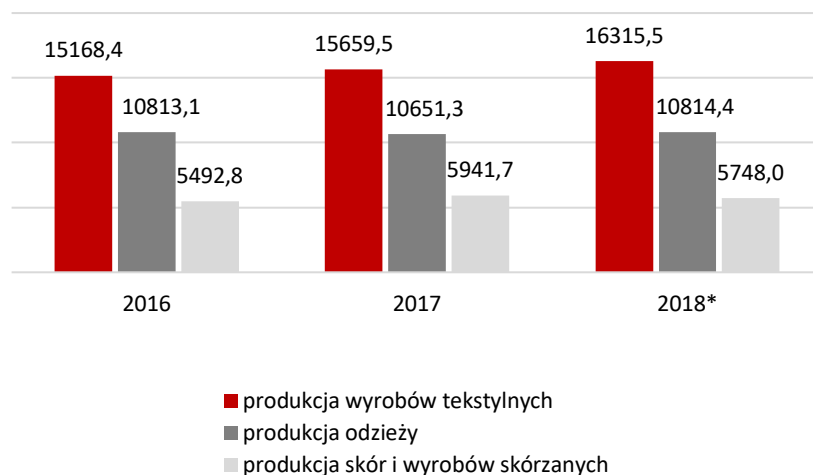
³ Compound annual growth rate (CAGR) – średnia roczna stopa wzrostu.

⁴ Obliczono na podstawie danych <https://www.statista.com/>

⁵ Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r. GUS 2020

Według szacunków GUS, polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów wytworzył w 2018 r. produkty o łącznej wartości 32,9 mld PLN (wzrost 1,9% r/r). Strukturę produkcji przedstawia Wykres 2.

Wykres 2. Struktura produkcji globalnej⁶ polskiego sektora mody i innowacyjnych tekstyliów wg segmentów w cenach bieżących (w mln PLN)

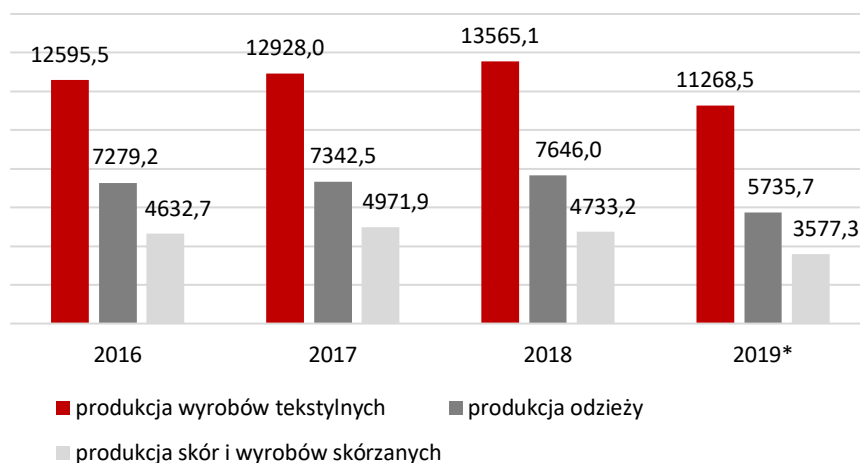


* dane wstępne 2018 r.

Źródło: opracowania własne na podstawie danych GUS, dostęp 08.04.2020 r.

Wartość produkcji sprzedanej sektora w 2018 r. wyniosła blisko 26 mld PLN (Wykres 3). 27% wszystkich punktów handlowych prowadzonych przez polskie przedsiębiorstwa z sektora mody znajduje się poza granicami kraju.

Wykres 3. Produkcja sprzedana wg segmentów w cenach bieżących (w mln PLN)



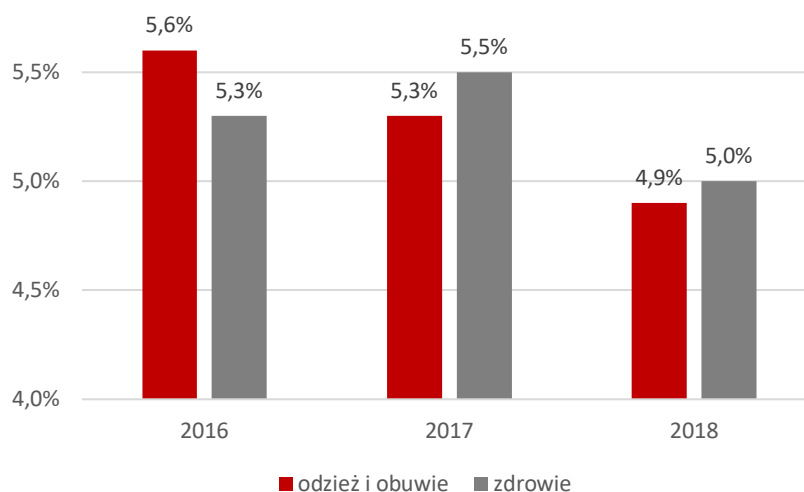
* w I-III kw. 2019 r.

Źródło: opracowania własne na podstawie danych GUS, dostęp 08.04.2020 r.

⁶ Produkcja globalna jest to miernik charakteryzujący rezultat przemysłowego procesu produkcyjnego prowadzonego przez przedsiębiorstwa przemysłowe.

Wydatki na odzież i obuwie na 1 osobę w gospodarstwach domowych to jeden z kluczowych wskaźników charakteryzujących ich aktywność finansową. Przeciętna miesięczna wartość w latach 2016-2018 była zbliżona do poziomu wydatków na zdrowie i oscylowała wokół 5% miesięcznych rozchodów (Wykres 4).

Wykres 4. Przeciętne miesięczne wydatki na odzież i obuwie na 1 osobę w gospodarstwach domowych na tle wydatków na zdrowie (w % wydatków ogółem)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych [GUS](#)⁷

Polska plasuje się na 16. miejscu wśród największych światowych eksporterów odzieży z udziałem na poziomie 1,4%⁸. W 2018 r. wartość eksportu wyrobów tekstylnych, odzieży, produkcji skór i wyrobów skórzanych wyniosła ok. 14 mld PLN, w tym 8 mld PLN stanowiły tekstylia, 3,1 mld PLN – odzież, a 2,8 mld PLN – produkcja skór i wyrobów skórzanych⁹.

Głównym kierunkiem eksportowym dla polskich producentów są kraje Unii Europejskiej. Największym importerem w 2018 r. były Niemcy, a do liczących się odbiorców polskiego eksportu odzieży, wyrobów tekstylnych i skórzanych należały m.in.: Czechy, Rumunia, Austria, Włochy, Wielka Brytania i Rosja¹⁰. Konkurencją dla polskich firm sektora na rynkach światowych importerów stanowią m.in. Stany Zjednoczone, Niemcy, Japonia, Francja, Wielka Brytania, Hiszpania, Niderlandy i Włochy¹¹.

⁷ Budżety gospodarstw domowych w 2016 r. GUS 2017, Budżety gospodarstw domowych w 2017 r. GUS 2018, Budżety gospodarstw domowych w 2018 r. GUS 2019.

⁸ Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019.

⁹ Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r. GUS 2020.

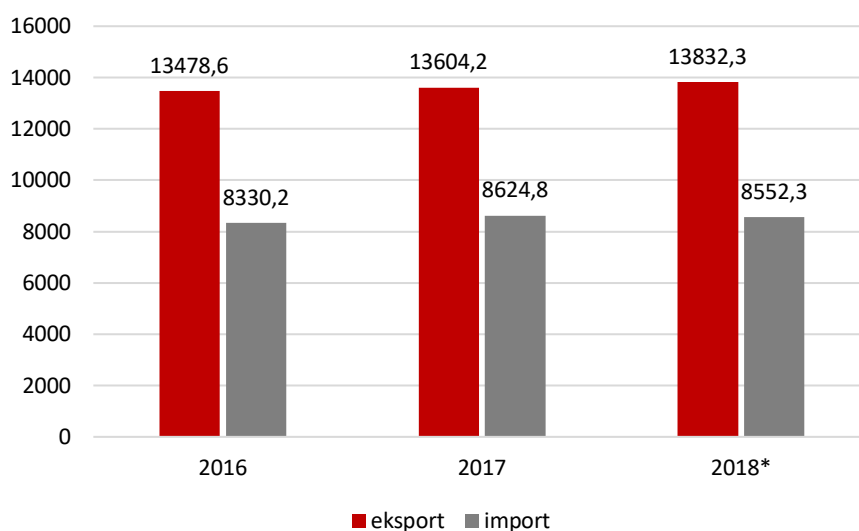
¹⁰ Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019.

¹¹ Ibidem.

Polska jest 12. największym importerem odzieży na świecie z udziałem na poziomie 1,9%¹². Import produktów sektora osiągnął w 2018 r. wartość 8,6 mld PLN (5,8 mld PLN – wyroby tekstylne, 1,4 mld PLN – odzież i ponad 1,3 mld PLN – produkcja skór i wyrobów skórzanych¹³).

Zestawienie danych nt. wielkości eksportu i importu wyrobów tekstylnych, odzieży, produkcji skór i wyrobów skórzanych, w latach 2016-2018, prezentuje Wykres 5.

Wykres 5. Import i eksport produkcji sektora mody i innowacyjnych tekstyliów w cenach bieżących (w mln PLN)



* dane wstępne 2018 r.

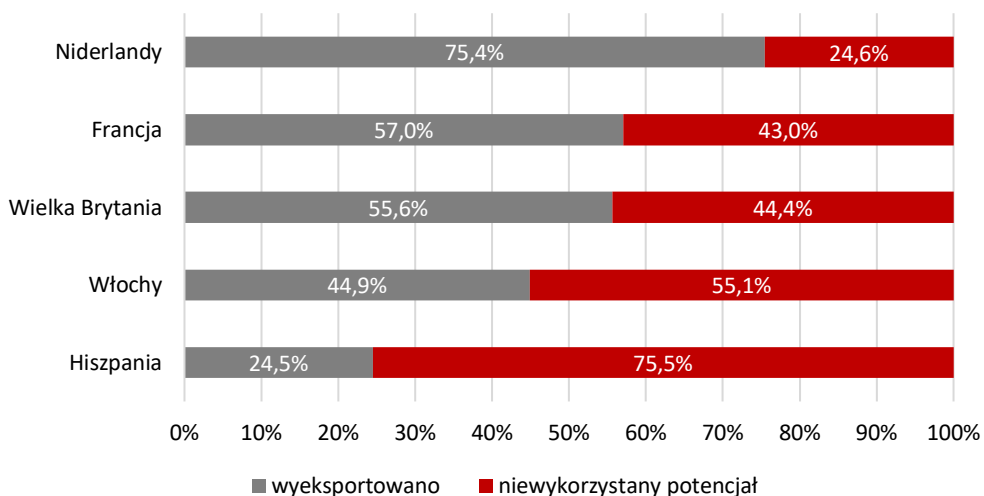
Źródło: opracowania własne na podstawie danych GUS, dostęp 08.04.2020 r.

Według danych International Trade Centre (ITC) polskie firmy sektora mody i innowacyjnych tekstyliów nie wykorzystują w pełni swojego potencjału eksportowego. Na Wykresach 6 i 7 zaprezentowano na przykładzie 5 krajów różnicę między możliwościami eksportowymi Polski a skalą ich wykorzystania.

¹² Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019.

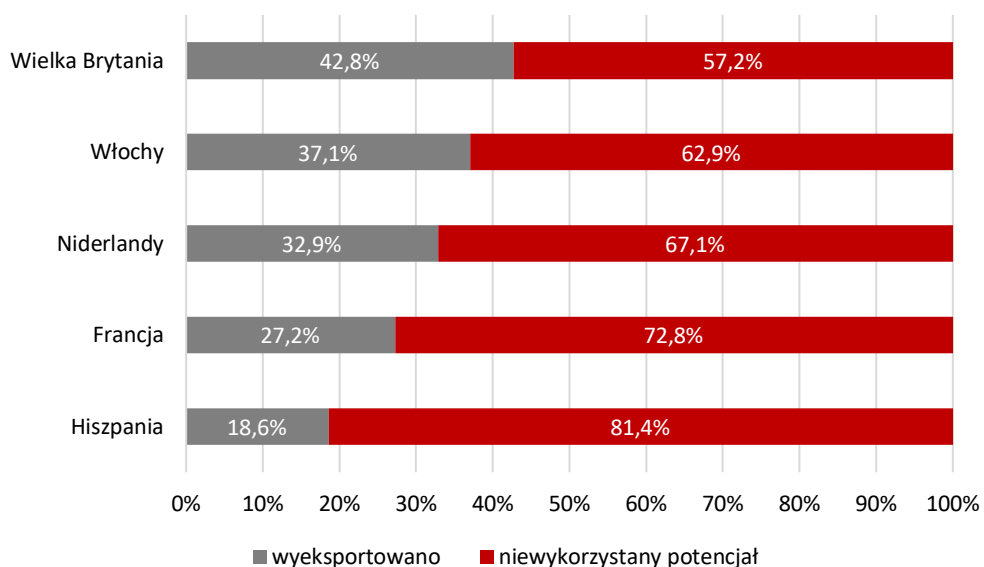
¹³ Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r., GUS, 2020.

Wykres 6. Możliwości potencjału eksportowego dla polskich producentów wyrobów tekstylnych i odzieży (w %)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych ITC, dostęp 10.04.2020 r.

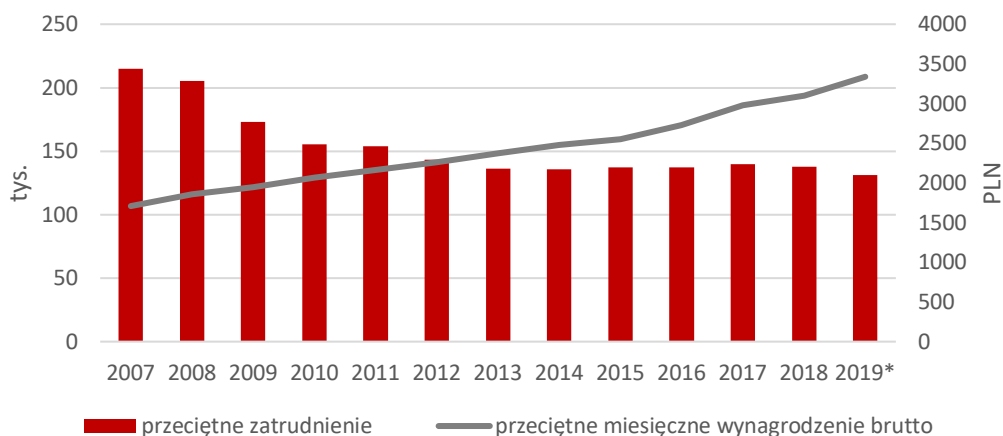
Wykres 7. Możliwości potencjału eksportowego dla polskich producentów skór i wyrobów skórzanych (w %)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych ITC, dostęp 10.04.2020 r.

W pierwszych trzech kwartałach 2019 r. w sektorze mody i innowacyjnych tekstyliów było zatrudnionych 131,4 tys. osób tj. około 5% wszystkich pracujących w przemyśle (Wykres 8). Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto w sektorze w tym okresie wyniosło 3338,04 PLN. Pomimo że poziom wynagrodzenia ciągle wzrasta, jest ono o 35,1% niższe od średniego miesięcznego wynagrodzenia brutto w przemyśle.

Wykres 8. Przeciętne zatrudnienie (oś lewa) oraz przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto (oś prawa) w sektorze mody i innowacyjnych tekstyliów¹⁴

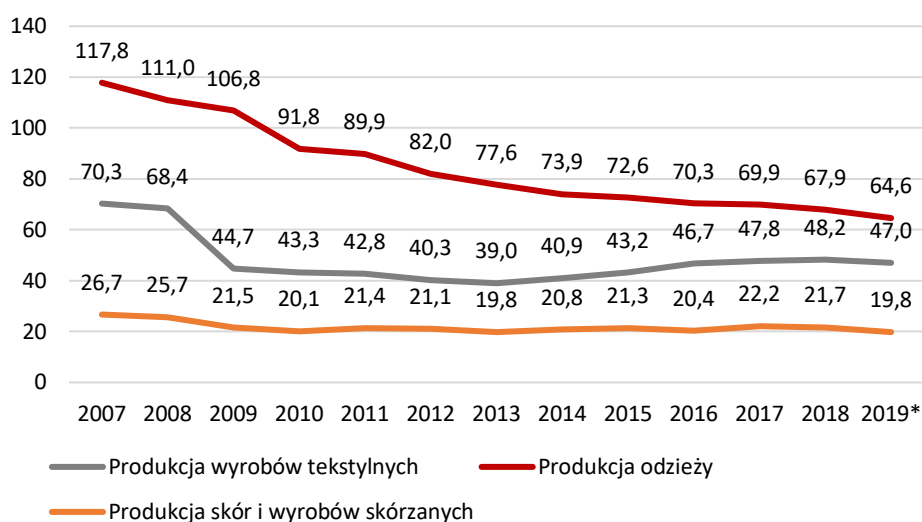


* Zatrudnienie i wynagrodzenia w I-III kw. 2019 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, dostęp 10.04.2020 r.

Analiza danych statystycznych GUS za okres 2014-2019 r. pokazuje wzrostową tendencję zatrudniania tylko w segmencie produkcji wyrobów tekstylnych. Natomiast w segmencie produkcji odzieży notowano w tym czasie redukcję zatrudnienia (ok. 0,5% rocznie), natomiast w segmencie produkcji skór i wyrobów skórzanych zmiany zatrudnienia wahały się średnio w przedziale $\pm 2\%$ r/r.

Wykres 9. Przeciętne zatrudnienie w sektorze mody i innowacyjnych tekstyliów wg segmentów (w tys.)¹⁵



* Zatrudnienie i wynagrodzenia w I-III kw. 2019 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, dostęp 10.04.2020 r.

¹⁴ Bez podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób.

¹⁵ Bez podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób.

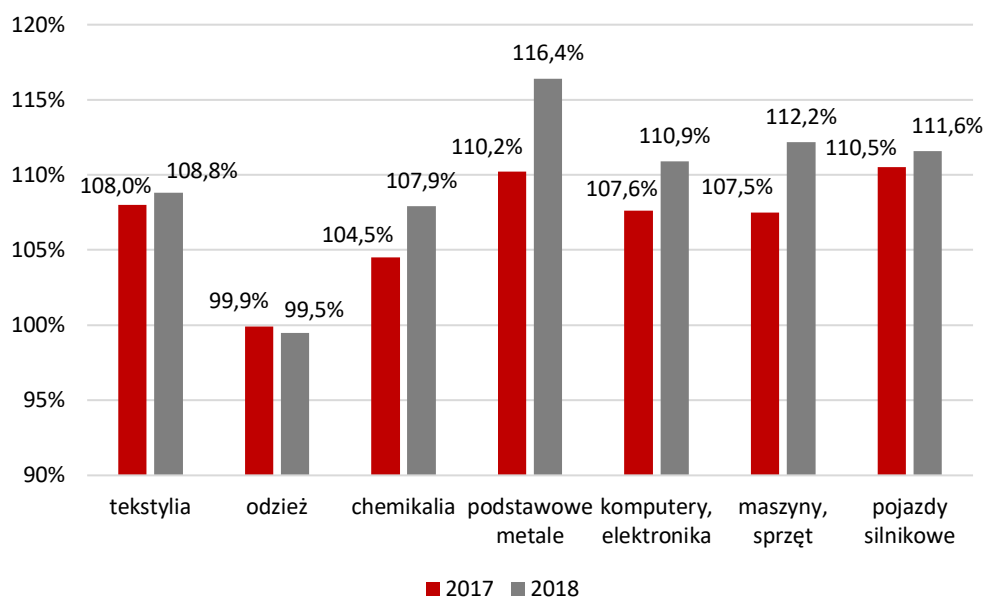
Ostatnie lata przyniosły niezwykle odrodzenie polskiego sektora mody i tekstyliów we wszystkich jego segmentach. Wśród czynników mających kluczowy wpływ na zwiększenie jego efektywności i konkurencyjności można wyróżnić: wymianę parku maszynowego, inwestycje w nowoczesne technologie, rozwój innowacji produktowych i technologicznych, zmianę orientacji przedsiębiorstw sektora na rozwój produkcji w takich niszach produktowych, jak nietypowe rozmiary, specjalistyczna odzież ochronna, odzież sportowa, a także wzrost aktywności w zakresie prowadzenia działań eksportowych.

Na zmiany w sektorze silnie oddziałują ogólne trendy konsumenckie, jednak nie tylko one będą warunkowały przyszłość sektora. Już dzisiaj sektor przemysłu mody i tekstyliów musi się przygotować na czekające go zmiany trendów rozwojowych oraz rozwiązywanie problemów związanych z epidemią COVID-19 (więcej w rozdziale 3.1).

2.2. Ogólna charakterystyka sektora w wybranych krajach Europy

Przemysł tekstyliów i odzieży należy do jednego z kluczowych sektorów produkcyjnych Unii Europejskiej (Wykres 10).

Wykres 10. Dynamika obrotów przemysłu tekstyliów i odzieży na tle głównych sektorów produkcyjnych UE -28 (w %, 2015 r. = 100%)

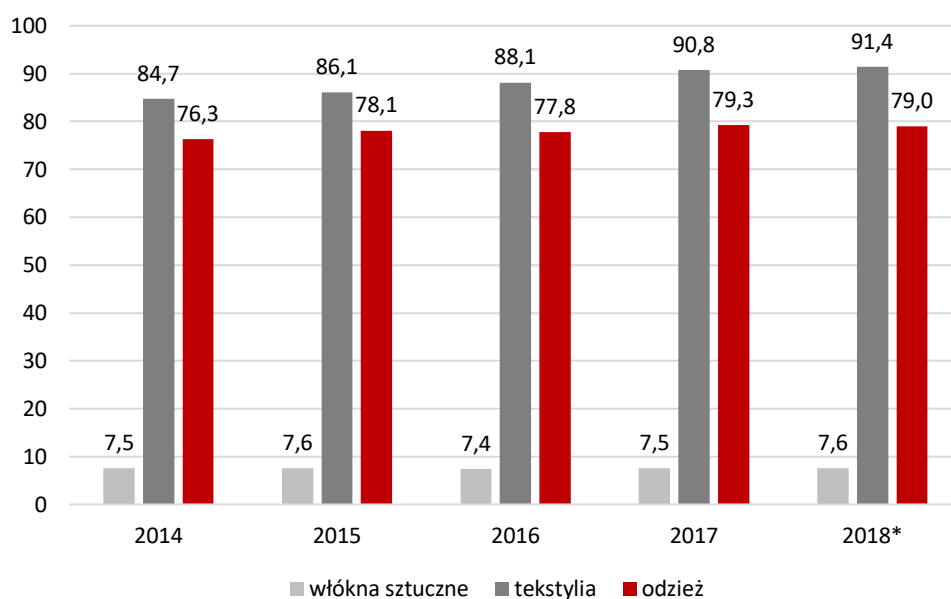


Źródło: opracowania własne na podstawie danych [EURATEX](#), dostęp 26.04.2020 r.

Dane opracowane przez Eurostat pokazują, że w 2017 r. wydatki gospodarstw domowych na odzież w krajach Unii Europejskiej wyniosły ponad 331 mld EUR. Największym rynkiem detalicznym odzieży w 2017 r. w UE była Wielka Brytania – brytyjskie gospodarstwa domowe wydały na odzież ponad 67,7 mld EUR. Kolejne rynki to Niemcy – z wydatkami na odzież przekraczającym 61 mld EUR, Włochy, których mieszkańcy przeznaczyci na zakup odzieży ponad 52 mld EUR oraz Francja – ponad 36 mld EUR¹⁶.

Według wstępnych danych EURATEX wartość europejskiego przemysłu odzieżowego i tekstylnego wyniosła w 2018 r. 178 mld EUR. Dynamika obrotów w latach 2014-2018 została przedstawiona na Wykresie 11.

Wykres 11. Obroty przemysłu tekstylnego i odzieżowego UE-28 (w mld EUR)



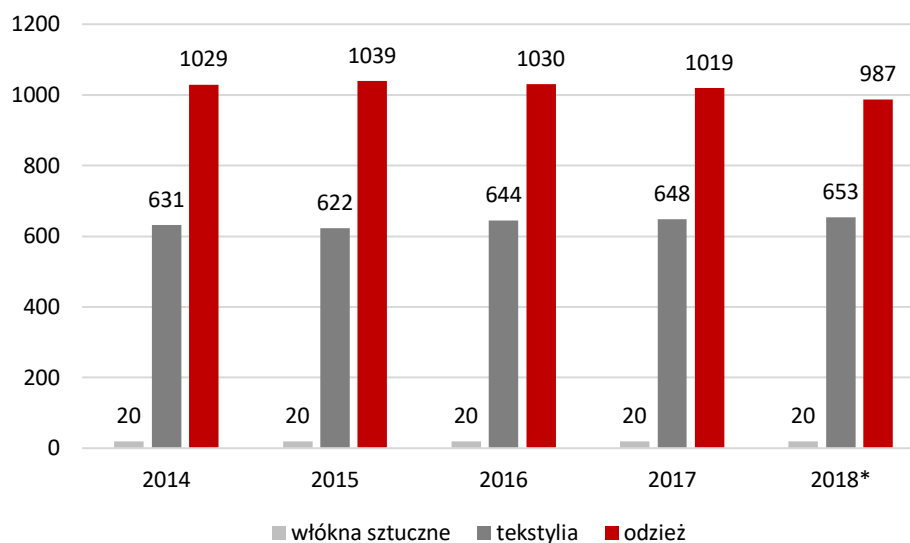
* 2018 r. dane wstępne

Źródło: opracowania własne na podstawie danych EURATEX, dostęp 26.04.2020 r.

Łączne zatrudnienie w przemyśle tekstylnym i odzieżowym w Unii Europejskiej (UE-28) w 2018 r. wyniosło 1,65 mln pracowników. Na Wykresie 12. pokazano zatrudnienie w przemyśle tekstylnym i odzieżowym według podsektorów.

¹⁶ Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019.

Wykres 12. Zatrudnienie w przemyśle tekstylnym i odzieżowym w UE -28 wg podsektorów (w mln osób)



* 2018 r. dane wstępne

Źródło: opracowania własne na podstawie danych [EURATEX](#), dostęp 26.04.2020 r.

W Europie znajdują się największe i najbardziej renomowane firmy odzieżowe na świecie.

Produkcję odzieży w krajach UE cechuje wysoki poziom koncentracji – 10 największych krajów producenckich odpowiada za ponad 91,3% produkcji unijnej, a trzech liderzy – Włochy, Niemcy i Francja – generują wspólnie 65,1% produkcji¹⁷.

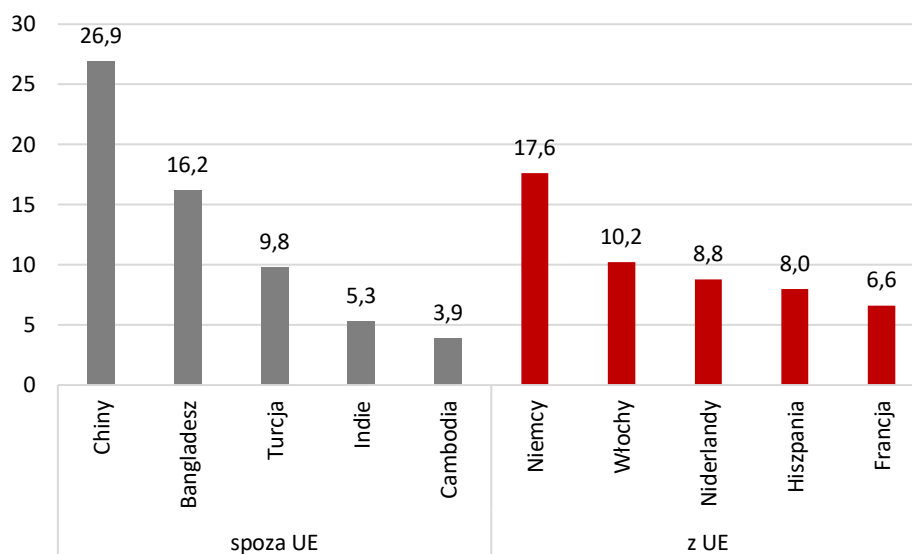
Według Światowej Organizacji Handlu, UE jest największym na świecie importerem odzieży i tekstyliów (23,1% światowej wartości importu odzieży i tekstyliów w 2018 r.). Zgodnie ze statystykami Eurostatu ogólny europejski rynek importu odzieży został wyceniony na 168,5 mld EUR w 2018 r., co odpowiada około 33,9 mld sztuk odzieży. W latach 2014-2018 wartość importu odzieży w UE rosta średnio o 5,8% rocznie¹⁸.

Obecna wartość importu odzieży do UE jest prawie równomiernie podzielona między odzież pochodzącą z UE (import wewnątrz krajów Unii) i spoza niej – odpowiednio 50,5% i 49,5%. Trzej najwięksi eksporterzy spoza UE – Chiny, Bangladesz i Turcja – odpowiadają łącznie za 31,4% całego importu odzieży do UE. Wewnątrzunijny eksport odzieży zdominowany jest przez Niemcy i Włochy, których udział w całkowitej wartości eksportu odzieży w UE wyniósł w 2018 r. 16,5%. Za nimi plasują się: Niderlandy (5,2%), Hiszpania (4,7%) i Francja (3,9%) (Wykres 13).

¹⁷ Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019

¹⁸ What is the demand for apparel on the European market? CBI 2020.

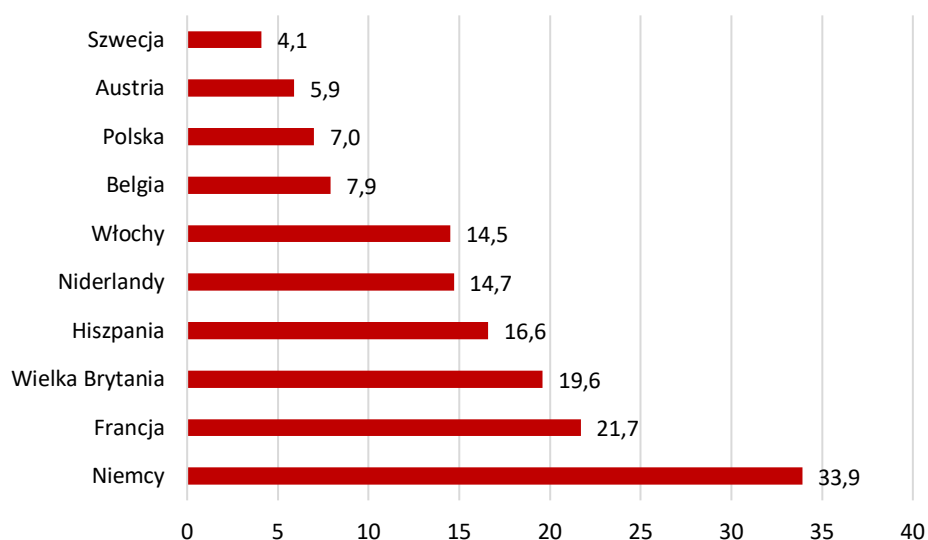
Wykres 13. 5 największych wewnętrznych i zewnętrznych eksporterów do UE-28 w 2018 r. (wartość eksportu w mld EUR)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych CBI¹⁹.

Rynki odzieżowe w Europie Zachodniej są znacznie większe i lepiej rozwinięte niż rynki Europy Środkowej i Wschodniej. Do najważniejszych importerów w UE w 2018 r. zalicza się Niemcy, Francję, Wielką Brytanię, Hiszpanię, Niderlandy i Włochy. Łącznie te sześć państw odpowiada za prawie 72% całego importu odzieży UE. Z kolei rynki Europy Wschodniej rosną w znacznie szybszym tempie niż rynki Europy Zachodniej, ale są one nadal stosunkowo niewielkie.

Wykres 14. 10 największych importerów UE-28 w 2018 r (w mld EUR)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych CBI²⁰.

¹⁹ What is the demand for apparel on the European market? CBI 2020.

²⁰ Ibidem.

Najszybciej rozwijającymi się rynkami UE w zakresie importu odzieży są: Polska, Chorwacja, Węgry i Rumunia – w każdym z tych państw wzrost wyniósł średnio od 14,9% do 18,6% r/r. Pomimo szybkiego wzrostu, udział tych czterech państw w rynku importu odzieży w UE wynosi zaledwie 6,7%.

3. Uwarunkowania rozwoju sektora

3.1. Możliwości rozwojowe sektora

Eksperti zajmujący się zagadnieniami związanymi z sektorem przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów spośród obserwowanych trendów postrzeganych jako możliwości rozwoju dla sektora najczęściej wymieniają²¹:

- rozwój i zastosowanie tekstyliów/materiałów inteligentnych (smart/intelligent textiles);
- rozwój tekstroniki – tekstyliów zintegrowanych z układami elektronicznymi, tzw. elektronika noszona;
- rozwój rynku wyrobów ECO, tj. wyrobów ekologicznych produkowanych z materiałów naturalnych lub przetworzonych;
- zastępowanie tradycyjnych surowców włóknotwórczych surowcami ze źródeł odnawialnych i biodegradowalnych.

W ostatnich latach systematycznie wzrasta zainteresowaniem produkcją tekstroniki oraz „inteligentnych” tekstyliów, tj. materiałów zdolnych do reagowania na bodźce zewnętrzne (naprężenia, temperaturę, wilgotność, pole elektromagnetyczne, substancje chemiczne itp.) poprzez istotną zmianę swoich właściwości (objętość, barwa, odkształcenie) dla uzyskania pożądanego efektu.

Można wyodrębnić trzy generacje inteligentnych tekstyliów:

- tekstylia inteligentne pasywne. Stanowią pierwszą generacją inteligentnych tekstyliów i mogą jedynie monitorować warunki środowiskowe lub bodźce zewnętrzne;

²¹ Opracowano na podstawie Au coeur de la transformation textile. Techtera 2018; La blockchain per la tracciabilità del made in Italy: origine, qualità, sostenibilità. Caso di studio applicato al Settore Tessile DOCUMENTO DI SINTESI. Ministero dello sviluppo economico & IBM 2019; PERSPEKTIVEN 2025. Handlungsfelder für die Textilforschung der Zukunft. FKT 2017; Perspektiven 2035. Ein Leitfaden für die textile Zukunft | Langfassung. FKT 2020; RFID w branży odzieżowej w Polsce i na świecie. Wersja skrócona raportu 2019. GS1 Polska 2019; Tekstronika i materiały nowej generacji – wyzwanie dla producentów odzieży. CBI Pro-Akademia 2018; Innowacyjne, inteligentne tekstylia tworzą nowe możliwości pielęgnacji. <https://www.chemiaibiznes.com.pl/aktualnosc/innovacyjne-inteligentne-tekstylia-tworza-nowe-mozliwosci-pielegnacji>, dostęp 29.04.2020 r.; Osobiste systemy elektroniczne: technologie i zastosowania medyczne. Łódź 2018.; Zasady badań i oceny właściwości ergonomicznych odzieży ochronnej. Przegląd Włókienniczy - Włókno, Odzież, Skóra. nr 5, 2018.

- tekstylia inteligentne aktywne. Mają zdolność monitorowania oraz reagowania na określone sytuacje. Są to tkaniny z pamięcią kształtu, kameleoniczne czy termoregulacyjne – mogą magazynować ciepło, pochłaniać parę itp.;
- tekstylia ultrainteligentne lub bardzo aktywne. Ta trzecia generacja tekstyliów może nie tylko monitorować otoczenie i reagować na warunki i bodźce środowiskowe, ale także dostosowywać się do nich.

Materiały/tekstylia inteligentne znajdują coraz większe zastosowanie w medycynie, budownictwie, obronności, kosmetologii, sporcie, odzieży ochronnej oraz przemyśle samochodowym. Najnowszą możliwością jest również zastosowanie kompozytów włóknistych do monitorowania ruchów pasażerów pojazdu. Tekstylia i powłoki techniczne będą odgrywały ważną rolę szczególnie w przeżywającym rozkwit obszarze medycznym i pielęgniarstwie. Oprócz śledzenia parametrów życiowych (np. tętno, temperatura) nowe materiały mogą wspomagać proces gojenia się ran oraz monitorować funkcje życiowe. Połączone czujniki biochemiczne mierzą wówczas np. płyny ustrojowe i na tej podstawie udzielają zdalnej informacji o stanie zdrowia danej osoby. Techniczne produkty medyczne uzyskują dzięki temu właściwości, których dotąd nie miały, przyczyniając się nawet w ten sposób do powstania nowych koncepcji terapeutycznych.

Ochrona służb ratunkowych w przypadku katastrofy lub podczas codziennej pracy przy gaszeniu ognia lub w ratownictwie to kolejny ważny obszar rozwoju dla tekstyliów o właściwościach umożliwiającym rejestrowanie parametrów życiowych. Monitorowana może być nie tylko osoba ochraniająca, lecz także jej otoczenie – co umożliwia wczesne ostrzeżenie ratowników przed niebezpiecznymi sytuacjami.

Ważnym obszarem dla inteligentnych tekstyliów jest też sport, szczególnie wyczynowy. Chodzi przy tym – podobnie jak w zastosowaniach medycznych/pięlniarskich – o monitorowanie i poprawę parametrów wydajności oraz optymalizację sekwencji ruchów.

Tekstronika stanowi jeden z kierunków rozwoju inteligentnych tekstyliów, które mogą zmieniać swoje właściwości nie tylko dzięki elektroprzewodności, ale również pod wpływem bodźców zewnętrznych (jak temperatura, wilgotność etc.). Zaawansowane prace nad ich rozwojem oraz rosnąca miniaturyzacja elektroniki sprzyjają realizacji coraz bardziej zaawansowanych projektów tekstronicznych²².

Obecne zastosowania takich układów są bardzo szerokie. Wyroby elektroniki noszonej można zaobserwować nie tylko w nowoczesnych ubiorach ratowniczych. Ważną branżą, w której od lat istnieje ogromne zapotrzebowanie na wyroby najnowszych technologii, jest wojsko. Realizowane tekstroniczne projekty militarne dotyczą inteligentnych materiałów, mikro- i nanotechnologii, przenośnych układów czujników i autonomicznej komunikacji, które składają się na kompletny system pomiarowy wyposażenia munduru wojskowego.

²² Tekstronika – elektronika noszona (wearable electronics), czyli urządzenia elektroniczne zintegrowane z odzieżą w celu zwiększenia jej funkcjonalności w różnych dziedzinach.

Kolejną branżą, w której można zauważyć bardzo szybki rozwój tekstroniki, jest tzw. tekstylna elektronika użytkowa, mająca na celu poprawę funkcjonalności komercyjnie dostępnych wyrobów włókienniczych. Przykładowymi jej rozwiązaniami są kurtki zintegrowane z odtwarzaczami mp3, elastycznymi klawiaturami oraz elastycznymi ogniwami słonecznymi wspomagającymi zasilanie całego układu, elastyczne telefony, odzież ze zintegrowaną elektroniką medyczną itp. Rosnący popyt na tego typu produkty w pełni potwierdza, że tekstronika będzie się dalej błyskawicznie rozwijać.

Podsumowując, zgodnie z analizą ekspertów rozwój tekstroniki będzie zauważalny w takich dziedzinach, jak: ochrona zdrowia i medycyna; ratownictwo, ochrona osobista, bezpieczeństwo; sport; wyroby sił zbrojnych; odzież użytkowa, rozrywka, materiały grzewcze, komunikacja; moda.

3.2. Bariery determinujące rozwój sektora

Sektor przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów stoi obecnie w obliczu poważnych wyzwań: niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej, wysokie koszty zatrudnienia, niedobór wykwalifikowanych pracowników, regulacje środowiskowe, zmieniające się preferencje konsumentów. Jednak najważniejszym wyzwaniem dla całego sektora będą skutki wpływu koronawirusa na łańcuchy produkcji, dostaw i konsumpcji.

Kryzys wywołany epidemią koronawirusa, z jakim obecnie mierzy się światowa gospodarka, różni się od wszystkich, z którymi mieliśmy do czynienia w przeszłości. Specyficzne są zarówno jego przyczyny, jak i przebieg. Problemy dotyczą zarówno strony popytowej, jak i podażowej gospodarki, a nie jak dotychczas tylko jednej z nich.

Statystyki, zebrane przez International Textile Manufacturers Federation (ITMF), dowodzą, że w I kw. br. marki i sieci handlowe anulowały 31% zamówień u swoich dostawców tekstyliów na całym świecie, a globalne obroty sektora tekstylno-odzieżowego w 2020 r. mogą spaść o 28%.

Federation of the European Sporting goods Industry (FESI), reprezentująca ponad 1800 firm – w tym Nike, Adidas, Puma i New Balance – przekazała wyniki badań, pokazujące, jak bardzo marki sportowe, bez względu na ich wielkość i zasięg rynkowy, zostały dotknięte pandemią. Od początku kryzysu w 45% przedsiębiorstw obroty spadły od 50% do 90% i pilnie potrzebne jest wsparcie finansowe dla utrzymania przepływu środków pieniężnych. Zamknięcie sklepów stacjonarnych w Europie i na całym świecie, a także zmiany zachowań konsumentów doprowadziły do poważnego spadku sprzedaży i problemów większości firm z kosztami stałymi, takimi jak czynsze i zatrudnienie.

Według EURALEX wybuch COVID-19 może w 2020 r. spowodować 50-procentowy spadek sprzedaży i produkcji w unijnym sektorze tekstylnym i odzieżowym. Z niedawnego badania przeprowadzonego wśród przedsiębiorstw sektora z siedzibą w UE wynika, że prawie 9 na 10 respondentów zgłosiło poważne ograniczenia swojej płynności finansowej, a 80% przedsiębiorstw musiało tymczasowo zwolnić pracowników. Około 25% badanych firm

rozważa zamknięcie swojej działalności. Ponadto unijne przedsiębiorstwa z sektora, zaniepokojone kryzysem i presją na funkcjonowanie rynku wewnętrznego, obawiają się nasilenia i zaostrzenia kontroli granicznych UE, co doprowadzi nie tylko do opóźnień w dostawach, ale również anulowania zamówień²³.

Według PIOT²⁴ sytuacja przedsiębiorców z sektora stała się dramatyczna (Wykres 15) i z każdym dniem pogarsza się. Straty związane z zamknięciem centrów handlowych i wstrzymaniem obrotu towarami w masowej skali – zarówno w obrocie krajowym, jak i zagranicznym – sięgają już setek milionów złotych. W magazynach zalegają zapasy wyrobów; wiosenno-letnia kolekcja odzieży dla producentów i handlowców jest już stracona. Strat nie rekompensuje niewielki wzrost sprzedaży internetowej, ograniczony m.in. wzrostem niepewności gospodarczej oraz obawami przed utratą pracy. Sektor zмага się także z absencją pracowników, głównie kobiet opiekujących się dziećmi, oraz zakłóceniami w łańcuchu dostaw i dystrybucji wyrobów gotowych.

Wykres 15. Ocena własnego portfela zamówień przez przedsiębiorstwa sektora (w %)



Źródło: opracowania własne na podstawie danych PIOT, N=400, dostęp 29.04.2020 r.

Producenci oszacowali również poziom wykorzystania mocy produkcyjnych na najbliższy kwartał – tylko 4% zadeklarowało, że nie przewiduje ich spadku. Zdecydowana większość będzie ograniczać produkcję w różnym stopniu, a aż 16,5% badanych przedsiębiorstw planuje całkowite jej wstrzymanie.

Jak wskazują dane w raporcie PIOT, w związku z ograniczeniem lub zaprzestaniem produkcji 27% badanych firm sektora wysłało pracowników na przymusowe urlopy, 71% wprowadziło

²³ <https://euratex.eu/eu-short-term-business-statistics/>, dostęp 29.04.2020 r.

²⁴ Związek Pracodawców Przemysłu Odzieżowego i Tekstylnego.

postój, a 45% zapowiedziało redukcję zatrudnienia, przy czym 13% z nich deklaruje zwolnienie wszystkich pracowników, 66% – połowy załogi, a 21% – zwolnienia w mniejszym zakresie.

Analitycy PwC w raporcie „Polski sektor modowy na krawędzi – wpływ COVID-19” przedstawili zagrożenia, które wpłyną na sytuację polskiego sektora w 2020 r., oraz trzy hipotetyczne scenariusze rozwoju epidemii.

Wśród zagrożeń dla polskiego sektora eksperci wymienili:

- straty spowodowane co najmniej miesięczną izolacją, których sektor nie będzie w stanie odrobić w perspektywie 15-18 miesięcy;
- zmniejszenie skłonności do zakupów z powodu niepewności co do zatrudnienia i sytuacji gospodarczej;
- ograniczoną możliwość pozyskania finansowania w bankach z powodu wysokiego udziału długu brutto do wyniku EBITDA, co spotęguje negatywne efekty izolacji i spadku popytu;
- redukcję zatrudnienia jako efekt utraty płynności finansowej.

Pierwszy z przedstawionych przez PwC scenariuszy rozwoju sytuacji w sektorze modowym zakłada umiarkowany spadek z powodu izolacji kończącej się po Wielkanocy i lukę gotówkową w wysokości 10,9 mld PLN. Zgodnie z drugim scenariuszem – „średniego spadku” – jeśli izolacja potrwa do połowy maja, sektor będzie potrzebował zewnętrznego wsparcia w wysokości 16,1 mld PLN. Trzeci scenariusz, dużego spadku, przewiduje, że izolacja potrwa do połowy maja i zostanie ponownie wprowadzona w październiku i listopadzie 2020 oraz w marcu i kwietniu 2021 r. W tym przypadku straty w gotówce oszacowano na 32,0 mld PLN. Co ważne, każdy z tych scenariuszy uwzględnia już pakiet pomocowy deklarowany przez administrację w tzw. tarczy antykrzysowej. Analitycy PwC szacują łączną wartość tego wsparcia dla tego sektora na 0,4-2,3 mld PLN.

4. Ekonomiczne i organizacyjne instrumenty wsparcia rozwoju sektora

Przemysł tekstylny i odzieżowy jest strategicznym sektorem przemysłu UE oferującym innowacyjne i konkurencyjne produkty umożliwiające spersonalizowane, elastyczne i atrakcyjne rozwiązania dla bardzo różnorodnych i wymagających klientów.

Głównym celem przyjętej przez Komisję Europejską wizji strategicznej przemysłu tekstylnego i odzieżowego do 2025 r. jest analiza długoterminowych potrzeb sektora pod kątem wyzwań stojących przed przemysłem europejskim oraz opracowanie potencjalnych rozwiązań na podstawie wspólnych interesów i potrzeb interesariuszy sektora.

Projekt kładzie nacisk na następujące kwestie:

- innowacje – w tym na rozwój innowacji produktowych, procesowych, rozbudowę oferty i polepszenie funkcjonalności usług oraz rozszerzenie działalności na nowe rynki;
- zasoby i surowce – zwłaszcza na zmniejszenie zużycia zasobów nieodnawialnych, zwiększenie skuteczności recyklingu oraz udziału pochodzącego z niego surowca w procesach produkcyjnych, ułatwienie identyfikowalności materiałów i zwiększenie popytu na materiały z recyklingu;
- zapewnienie odpowiedniego wdrożenia zasad i przepisów prawnych w handlu, podejmowanie inicjatyw w zakresie standaryzacji produktów w celu zredukowaniu poziomu szarej strefy podróbek, oferowanie zachęt finansowych (np. ulg podatkowych) podmiotom stosującym metody produkcji, które maksymalizują korzyści społeczne i środowiskowe, kładąc nacisk na jakość i wartość w stosunku do tożsamości europejskiej oraz na zrównoważony rozwój;
- kompetencje – przede wszystkim na poszukiwanie, rozwój i utrzymywanie wystarczającej liczby specjalistów wykwalifikowanych w zakresie nowych technologii tekstylnych, usprawnienie współpracy między uniwersytetami, szkołami i biznesem, opracowanie programów emerytalnych i elastycznych rozwiązań dla seniorów w celu ułatwienia transferu wiedzy fachowej od starszego pokolenia do młodych pracowników sektora

Niemcy

Od 1970 r. niemiecki przemysł tekstylny i odzieżowy przechodzi trwałe zmiany strukturalne, które są determinowane przede wszystkim globalizacją, postępem w zakresie wydajności, wygaśnięciem ograniczeń handlowych itp. Niemiecki sektor tekstylny-odzieżowy (przemysł, handel, usługi) zatrudnia około 900 tys. osób i generuje obroty w wysokości ponad 145 mld EUR rocznie²⁵. Niemiecki przemysł tekstylny jest jedną z najbardziej innowacyjnych gałęzi przemysłu w Niemczech. Znajduje się w nim 16 instytutów badawczych branży tekstylnej, które w ścisłej współpracy z niemieckimi przedsiębiorstwami tekstylnymi stale rozwijają zaawansowane technologicznie tekstylia oraz nowe wydajne i zrównoważone procesy produkcyjne.

Rząd niemiecki w celu wsparcia rozwoju innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach (MŚP), stanowiących fundament sektora²⁶, w tym w przemyśle tekstylnym i modowym, uruchomił program Industrielle Gemeinschaftsforschung (IGF). Jego celem jest finansowanie badań przedkonkurencyjnych²⁷, tj. poprzedzających rozwój produktu, oraz tworzenie sieci

²⁵ https://textil-mode.de/de/documents/1274/20-04-20-Re-Start_in_8_Schritten.pdf, dostęp 23.04.2020.

²⁶ W Niemczech 99,4% firm należy do MSP, w sektorze produkcji jest to 99,3%, https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html, dostęp 05.05.2020.

²⁷ Badania przedkonkurencyjne (eksperymentalne prace rozwojowe) - należy przez to rozumieć zdobywanie, łączenie, kształtowanie i wykorzystywanie dostępnej aktualnie wiedzy i umiejętności z dziedziny nauki, technologii i biznesu oraz innej stosownej wiedzy i umiejętności na potrzeby planowania lub projektowania nowych, zmienionych lub ulepszonych produktów, procesów lub usług.

między firmami i instytucjami badawczymi. Wsparcie finansowe zapewnia przedsiębiorstwom dostęp do badań zorientowanych na praktykę. Dzięki IGF powstaje współpraca między firmami produkcyjnymi oraz jednostkami badawczo-rozwojowymi, w tym konkurencyjnymi, towarzysząca transferowi technologii i wiedzy m.in. na temat dalszego rozwoju produktów i procesów, zapewnienia jakości, ochrony środowiska. Ponadto IGF przyczynia się również do zatrzymania wykwalifikowanych pracowników, zachęca do zakładania własnych firm i wspiera MŚP w ich międzynarodowej działalności.

Das Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) to program wspierający innowacyjne pomysły małych i średnich przedsiębiorstw i pomagający w ich realizacji. Pomoc ukierunkowana jest na międzysektorowe i międzytechnologiczne działania badawczo-rozwojowe w zakresie rozwoju innowacyjnych produktów, procesów lub usług technicznych oraz etapów wprowadzania produktu (procesu) na rynek. ZIM obejmuje projekty badawcze i rozwojowe dla co najmniej dwóch małych lub średnich przedsiębiorstw oraz jednej instytucji badawczej. Partnerami mogą być nie tylko placówki niemieckie, ale także zagraniczne.

Konfederacja Niemieckiego Przemysłu Tekstylnego i Mody (Der Gesamtverband textil+mode) to główny reprezentant interesów całego przemysłu w kwestiach związanych z polityką gospodarczą, społeczną i zbiorową. Konfederacja, jako rzecznik branży na arenie międzynarodowej, gospodarczej, politycznej i społecznej, za główny cel stawia sobie zapewnienie wysokiego poziomu innowacyjności sektora, m.in. poprzez rozwój wysoko zaawansowanych, konkurencyjnych technologii i utrzymanie wiodącej pozycji niemieckich firm tekstylnych i modowych na światowym rynku.

Jednym z najważniejszych dokumentów przygotowanym przez Konfederację jest Das Re-Start Programm, zorientowany na wsparcie przedsiębiorstw z branży tekstylnej i odzieżowej, których działalność została zagrożona kryzysem COVID-19. Aby zapewnić jak najszybsze i trwałe ożywienie gospodarcze, Konfederacja proponuje następujące kluczowe kroki do wznowienia działalności:

- szybką i niebiurokratyczną pomoc bezpośrednią w postaci bezzwrotnych dotacji państwowych;
- tymczasowe obniżenie podatku od sprzedaży (podatku obrotowego) i podatku od importu dla wszystkich wyrobów tekstylnych i skórzanych;
- szybkie i całkowite zniesienie dopłaty solidarnościowej²⁸;
- wydawanie bonów zakupowych lub konsumpcyjnych²⁹ o ograniczonym okresie ważności, zwłaszcza dla gospodarstw domowych o niskich i średnich dochodach;

²⁸ Dopłata solidarnościowa to jedna z obowiązkowych opłat w wysokości 5,5%, której podstawą do naliczenia jest podatek dochodowy.

²⁹ Bony zakupowe (konsumpcyjne) to kupony wydawane obywatelom w celu zakupu towarów konsumpcyjnych lub opłacenia rachunków. Celem kuponu konsumenckiego wydanego przez państwo jest

- ulgi podatkowe dla przedsiębiorstw z mocą wsteczną oraz uproszczenie kompensowania poniesionych strat;
- wypłatę zwrotu podatku, który przysługiwałby przedsiębiorstwom w przyszłym roku, w najbliższej perspektywie;
- przeniesienie na później nowych lub planowanych przepisów i innych projektów legislacyjnych, które stanowią obciążenie dla przedsiębiorstw i zagrażają ożywieniu gospodarczemu;
- zwiększenie elastyczności w przepisach dotyczących godzin pracy, urlopów i godzin otwarcia sklepów;
- czasową liberalizację godzin otwarcia sklepów, w tym otwarcie w niedziele.

W celu ożywienia łańcuchów dostaw zdaniem Konfederacji niezbędna jest jak najszybsza współpraca rządu federalnego z partnerami europejskimi i międzynarodowymi w kierunku osiągnięcia skoordynowanego złagodzenia ograniczeń, w szczególności całkowitego otwarcia granic. Oprócz tego powinny być uzgodnione:

- ograniczenie obowiązującego powszechnego obowiązku kwarantanny przy wjeździe na terytorium Niemiec z krajów UE i Schengen;
- rozszerzenie listy zwolnień dotyczących transportu i dostaw towarów w okresach nocnych i poza szczytem, w tym nocnych lotów i niedzielnych wyjazdów;
- uelastycznienie w zakresie prawa celnego, zobowiązań płatniczych i procedur administracyjnych.

Koordinacją badań i wsparciem innowacyjności przedsiębiorstw sektora zajmuje się Rada ds. Badań Włókienniczych (Das Forschungskuratorium Textil, FKT), która buduje kontakty z poszczególnymi interesariuszami i pełni funkcję kluczowego doradcy, w tym przy składaniu wniosków o dofinansowanie na cele rozwojowe i badawcze.

W celu wzmocnienia powiązań między instytucjami badawczymi a biznesem z inicjatywy FKT została stworzona Baza Danych Projektów Tekstylnych (Textilforschung Datenbank, TEFO).

Projekt „Perspektiven 2035” oprócz analizy potencjału rozwojowego niemieckiego przemysłu tekstylnego do roku 2035, określenia potrzeb badawczych oraz głównych obszarów rozwojowych – dotyczy kompleksowej analizy szans i zagrożeń dla przemysłu tekstylnego. Ma na celu stworzenie bazy danych i bazy wiedzy, która do tej pory była unikatową, wyjątkową dla branży tekstylnej, oraz przekazywanie tej wiedzy innym branżom w celu otwarcia zupełnie nowych rynków dla przemysłu tekstylnego, a także określenie kierunków i sposobów działania dla wszystkich interesariuszy zaangażowanych we wzmocnienie

zapewnienie obywatelom w krótkim czasie większej ilości pieniędzy na zakup towarów, a tym samym ponowne ożywienie gospodarki.

niemieckiego sektora tekstylno-odzieżowego oraz zapewnienia mu miejsca w gronie światowych liderów w obszarze innowacji.

Wśród rządowych działań wsparcia w zakresie aktywności edukacyjnej wymienić można:

- Bildungsprämie – federalny program kuponów premiowych, który pomaga pracownikom o niskich dochodach, pracującym średnio co najmniej 15 godzin tygodniowo (w tym w branży mody), uzyskać wyższe kwalifikacje, a tym samym zwiększyć ich szanse zawodowe. Kupon może również dostać osoba prowadząca własną działalność; pracownicy na urlopie macierzyńskim, wychowawczym lub opiekuńczym; emeryci i renciści. Kupon może być zrealizowany np. na kursy komputerowe, językowe lub specjalistyczne szkolenie uzupełniające, np. kurs podstawowy dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą;
- Aufstiegsstipendium – program Federalnego Ministerstwa Edukacji i Badań Naukowych wspierający rozwój zawodowy osób szczególnie zmotywowanych, profesjonalistów, którzy chcieliby kontynuować swój rozwój zawodowy i osobisty poprzez studia na uczelniach wyższych;
- Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz – program wsparcia finansowego dla osób odbywających kształcenie zawodowe. Celem projektu jest podnoszenie kwalifikacji zawodowych, wzmacnianie motywacji młodych specjalistów w Niemczech do dalszej edukacji oraz poprawa możliwości ich rozwoju zawodowego. Projekt polega na finansowaniu kosztów kształcenia zawodowego. Warunki finansowania są uzależnione od zakresu, jakości kształcenia, czasu i dodatkowych uwarunkowań.

Francja

Sektor tekstyliów i odzieży jest niezwykle istotny dla francuskiej gospodarki. Od lat uważa się go za główną siłę napędową wzrostu innowacyjności kraju, stanowi również istotny element jego prestiżu i wizerunku.

Badania i podejmowane działania w zakresie rozwoju technologicznego, innowacji oraz kształcenia zawodowego skupiają się głównie na tekstyliach, a zwłaszcza tekstyliach technicznych. Wśród instytucji promujących i wspierających rozwój przedsiębiorców i firm sektora wymienić można m.in.: Comité de Développement et de Promotion de l’Habillement, Institut Français du Textile et de l’Habillement, Le Pôle Textile Alsace, l’Union des Industries Textiles, Union Française des Industries Mode & Habillement.

Comité de Développement et de Promotion de l’Habillement (DEFI) powstał w 1984 r. w celu wsparcia francuskich MŚP sektora modowego w ich międzynarodowym rozwoju, w tym udziału w zagranicznych targach. DEFI finansuje również badania mające na celu monitorowanie rynku mody i odzieży. Monitorowanie to dotyczy aspektów regulacyjnych, handlowych, tendencji konsumenckich, partnerów lokalnych, konkurencji itp. Na podstawie pozyskanych danych prognozuje przyszłe potrzeby handlowe i techniczne w zakresie

przemysłu odzieżowego. DEFI finansuje badania potencjału „trudnych rynków”, np. Algierii, Iranu, RPA.

Działalność instytucji finansowana jest ze środków pochodzących z podatku na odzież, które płaci 3500 firm. Jej roczny budżet wynosi 9,5 mln EUR. DEFI utworzył fundusz gwarancyjny³⁰ przeznaczony na wsparcie firm rozpoczynających działalność, wspiera również działalność edukacyjną oraz szkoleniową. W celu promowania młodych projektantów w świecie mody, Komitet stworzył program „Jeunes Entreprises”, który pokrywa część kosztów związanych z pokazami mody. Aby ułatwić francuskim talentom modowym uzyskanie dotacji, DEFI stworzył stronę internetową ConnexionsMode.com, gdzie można uzyskać informację o projektach, wystawach oraz możliwościach wsparcia.

Wiedza specjalistyczna stanowi niezbędny potencjał sektora mody. W celu jej waloryzacji i rozwoju DEFI wspiera finansowo rozwój talentów sektora, promuje edukację w zawodach związanych z modą – m.in. na l’Académie Internationale de Coupe de Paris, l’École de la Chambre Syndicale de la Couture, l’Institut Français de la Mode, finansuje również szkolenia dla producentów w obszarze transformacji i zmian strukturalnych rynku.

Program START, uruchomiony w 2015 r. i pilotowany przez l’Institut Français de la Mode, szkoli nowych francuskich przedsiębiorców modowych i wspiera ich w rozwoju poprzez spersonalizowane wsparcie w formie mentoringu z udziałem specjalistów z branży odzieżowej i ekspertów ds. technologii cyfrowych. Program oferuje pełne 6 miesięcy wsparcia: od pomysłu założycielskiego do realizacji projektu.

Institut Français du Textile et de l’Habillement (IFTH) to jeden z głównych ośrodków badawczych w Europie i oficjalne centrum certyfikacji tekstyliów i odzieży we Francji. Główną misją IFTH jest opracowywanie nowych technologii w przemyśle tekstylnym i odzieżowym oraz dzielenie się nimi z producentami tekstyliów i odzieży w celu poprawy ich wydajności, konkurencyjności i rentowności. W celu zachęcania zainteresowanych organizacji do udziału w projektach badawczo-rozwojowych IFTH oferuje wsparcie ekspertów z różnych branż – od surowców po marketing produktów, oraz udostępnia potrzebny sprzęt. Dla organizacji przewidziane są również ulgi podatkowe.

Jako przykłady programów współpracy i rozwoju innowacji w sektorze tekstylno-odzieżowym wymienić można następujące:

- Innofabmod Cluster. Celem cluster d’Innovation pour la filière textile, mode et luxe jest wspieranie transformacji cyfrowej przedsiębiorstw sektora mody i tekstyliów.
- Innofabmod r&d. Projekt ma na celu opracowanie i testowanie w warunkach przemysłowych nowych rozwiązań technologicznych, a następnie analizę wpływu ich wdrożenia na różnorodne aspekty gospodarcze: ekonomiczne, społeczne oraz środowiskowe.

³⁰ Od 2012 r. Komitet udzielił pożyczek w wysokości 5 mln EUR, co umożliwiło 30 młodym firmom potrojenie ich obrotów.

Le Pôle Textile Alsace łączy 250 firm z sektora tekstylnego. Głównym celem aliansu jest wsparcie biznesowe, finansowe, międzynarodowe firm oraz promocja sektora. Wsparcie polega na budowaniu wizerunku firm-członków aliansu jako liderów branży, świadczeniu usług doradztwa strategicznego, organizacji konferencji, paneli eksperckich, szkoleń, targów etc. oraz promowaniu innowacji w przemyśle tekstyliów.

Union des Industries Textiles (UIT) powstał w 1900 r., obecnie reprezentuje większość z 2300 firm sektora prowadzących działalność w przemyśle tekstylno-odzieżowym we Francji³¹. Do głównych celów UIT należą:

- stworzenie legalnego, społecznego, podatkowego, handlowego i zrównoważonego środowiska sprzyjającego działalności włókienniczej;
- podnoszenie konkurencyjności przemysłowej francuskich firm sektora przez różnicowanie innowacji;
- obrona własności intelektualnej małych i średnich firm na poziomie europejskim oraz wsparcie ich wszystkich inicjatyw w zakresie innowacji;
- wsparcie rozpoczynających działalność francuskich eksporterów na rynku międzynarodowym;
- współpraca międzynarodowa z kluczowymi partnerami (Eurovet, Première Vision, Espace Textile, itd.).

ITU opracowuje również politykę społeczną w zakresie stosunków pracy, szkolenia ustawicznego oraz doskonalenia zawodowego.

Union Française des Industries Mode & Habillement (UFIMH) jest instytucją reprezentującą przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność gospodarczą związaną z odzieżą męską, damską, dziecięcą, sportową i rekreacyjną, bielizną i odzieżą roboczą. UFIMH jest łącznikiem między firmami sektora a instytucjami rządu, zgromadzeniami parlamentarnymi i administracjami. Kluczowe kierunki działalności UFIMH dotyczą:

- promocji produkcji sektora i jej specjalistów, w tym promocji zawodów i szkoleń w sektorze dla młodzieży i społeczeństwa oraz szkoleniowców;
- reprezentacji i obrony interesów firm na poziomie krajowym, europejskim i międzynarodowym;
- doradztwa firmom sektora udzielanego przez ekspertów związku bezpośrednio lub poprzez swoje związki regionalne;
- organizacji seminariów fachowych i komisji technicznych;
- organizacji spotkań Clubs régionaux, Clubs de Dirigeants, Comités sectoriels.

Wśród instrumentów wspierających aktywność zawodową w zakresie przygotowania pracowników na potrzeby sektora tekstylno-odzieżowym są m.in.:

³¹ <http://www.textile.fr/en/ours-purposes/>, dostęp 26.04.2020 r.

Platforma <https://www.frenchtex.org/> – specjalna platforma stworzona w celu poprawy wizerunku francuskiego przemysłu tekstylnego poprzez przyciągnięcie talentów w ramach szkoleń zawodowych i przedsięwzięć biznesowych, co tym samym pomoże zaspokoić potrzeby kadrowe sektora w całej Francji.

Observatoire des métiers TMC (obserwatorium przemysłu tekstylnego, modowego i skórzanego) powstało z inicjatywy takich specjalizacji zawodowych, jak: tekstylia, odzież, materiały do szycia, pielęgnacja wyrobów tekstylnych, skóra, wyroby skórzanego, obuwie, szewstwo. Uwzględniając współczesne trendy rozwojowe, obserwatorium dostarcza informacji na temat niezbędnych zmian w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zawodach sektora, analizuje obecne i przyszłe zapotrzebowania na kwalifikacje, określa potrzeby szkoleniowe w przemyśle tekstylnym, modowym i skórzanym, a także wspiera firmy w tworzeniu strategii w zakresie zarządzania kompetencjami. Obserwatorium proponuje również wstępny test do oceny predyspozycji do pracy w sektorze tekstylny-odzieżowym.

Włochy

Sektor tekstylny i odzieżowy jest jedną z najważniejszych gałęzi przemysłu przetwórczego we Włoszech. Od lat 70. XX w. przemysł włókienniczy we Włoszech przechodzi reorganizację zatrudnienia ze względu na konkurencję z krajami o niższych kosztach pracy i poszukiwanie bardziej efektywnych metod produkcji. Czynniki, które przyczyniają się do sukcesu włoskich tekstyliów, to przede wszystkim umiejętność łączenia innowacyjności i kreatywnego stylu z technologiami produkcji.

Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, (CNA), założona w 1946 r., liczy ponad 621 000 członków, którzy zatrudniają ponad 1,2 mln osób. CNA chroni interesy i reprezentuje rzemieślników, właścicieli firm, specjalistów, osoby prowadzące działalność na własny rachunek oraz małe i mikroprzedsiębiorstwa. Do struktury konfederacji należy 10 związków krajowych, w tym m.in. CNA Federmoda.

Confindustria Moda (Federazione Italiana Tessile, Moda e Accessorio) jest stosunkowo młodą federacją³², która zrzesza firmy i stowarzyszenia z branży tekstylnej, mody i akcesoriów. Konfederacja reprezentuje około 66 tys. firm we Włoszech, które są związane z SMI (Sistema Moda Italia), ASSOPELLETTIERI, AIP (Associazione Italiana Pellicceria), ANFAO (Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici), ASSOCALZATURIFICI, FEDERORAFI (Federazione Nazionale Orafi Argentieri Gioiellieri Fabbricanti) i UNIC (Unione Nazionale Industria Conciaria). Jej celem jest wzmocnienie misji każdego z powyższych stowarzyszeń poprzez oferowanie przekrojowych usług doradczych w zakresie prawa, zarządzania, a także usług badawczych oraz analitycznych.

W celu ponownego uruchomienia łańcucha produkcji przemysłowej sektora oraz zabezpieczenia jego zdolności produkcyjnych w obliczu braku płynności finansowej

³² Confindustria Moda powstała 28 marca 2017 r. prowadzi działalność od 2018 r.

spowodowanych epidemią koronawirusa CNA Federmoda oraz Confindustria Moda przygotowały następujące propozycje dla rządu dotyczące ochrony zarówno bezpieczeństwa pracowników w miejscu pracy, jak i działalności firm³³:

- połączenie strategii ekonomicznej ze strategią zdrowotną – stopniowe uruchomienie działalności firm sektora, rozpoczynając od regionów i prowincji najmniej dotkniętych epidemią, ze wszystkimi niezbędnymi gwarancjami dla pracowników, w tym ochroną starszych i bardziej wrażliwych pracowników;
- podjęcie działań przeciwko ponownemu całkowitemu zamknięciu działalności w 2020 r.;
- gwarancję płynności w całym łańcuchu dostaw w celu uniknięcia blokad płynności, które mogą doprowadzić do bankructwa;
- wsparcie dla firm modowych z siedzibą we Włoszech, które produkują we Włoszech i działają na terytorium kraju – prawdziwych Made in Italy;
- obniżenie stawek składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne do grudnia 2021 r. w celu gwarancji zatrudnienia;
- obniżenie lub zerowanie stawek VAT³⁴ do końca 2020 r. w celu ponownego uruchomienia łańcucha dostaw i konsumpcji;
- zawieszenie podatków TASI i IMU³⁵ na 2020 r. w magazynach i sklepach;
- 60% ulgi podatkowej na wypłatę czynszu dla wszystkich firm sektora oraz wszystkich galerii handlowych;
- udzielanie dotowanych pożyczek z ulgami podatkowymi na inwestycje cyfrowe;
- zapewnienie większej elastyczności w oddelegowaniu pracowników z jednej firmy do drugiej.

Digitalizacja i wdrażanie cyfrowych rozwiązań dla łańcucha produkcji i dostaw stanowią priorytet dla włoskiej branży tekstylno-odzieżowej. Jednym z głównych powodów wdrażania rozwiązań technologicznych jest walka z rozprzestrzenieniem się podrabianych towarów.

Celem projektu Blockchain per la tracciabilità nel tessile jest wykorzystanie technologii do ochrony Made in Italy poprzez stałą kontrolę na wszystkich etapach łańcucha produkcji

³³ DECRETO-LEGGE 17 marzo 2020, n. 18. ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO S.p.A. 2020; <https://www.ilmetropolitano.it/2020/04/10/centergross-e-cna-federmoda-insieme-per-la-moda-italiana/>, dostęp 27.04.2020 r.; <http://paginetessili.it/la-filiera-moda-italiana-oltre-il-covid-19-le-proposte-di-cna.html>, dostęp 27.04.2020 r.; <https://www.technofashion.it/cna-federmoda-e-confindustria-moda-tutelare-e-rilanciare-il-made-in-italy/>, dostęp 27.04.2020 r.; <http://paginetessili.it/la-filiera-moda-italiana-oltre-il-covid-19-le-proposte-di-cna.html>, dostęp 27.04.2020 r.

³⁴ VAT bezpośrednio związany jest z płynnością finansową, ponieważ odprowadzany jest po wystawieniu faktury, a nie po zapłacie.

³⁵ TASI - Tributo per i servizi indivisibili - płacony przez wszystkich właścicieli nieruchomości i najemców. Podatki te przeznaczone są na finansowanie usług komunalnych. IMU – Imposta municipale propria - pobierany jest od wszystkich nieruchomości – poza pierwszą, niezaliczaną do kategorii rezydencji luksusowych. <https://www.finanze.gov.it/opencms/it>, dostęp 09.06.2020 r.

i dostaw. W wyniku tego projektu ma powstać model referencyjny przeznaczony dla produktów tekstylnych wytwarzanych we Włoszech.

Startup Textile Connection & Innovation Area to pierwszy program akceleracji startupów dla branży mody. Celem projektu jest zrewolucjonizowanie całego łańcucha dostaw mody w zakresie produktów, zrównoważonych modeli biznesowych, rozwiązań cyfrowych, narzędzi oraz systemów śledzenia produktów i ich autentyczności.

Wśród działań na rzecz wsparcia w zakresie aktywności edukacyjnej wymienić można:

Fashion Digital rEvolution – to inicjatywa skierowana do włoskich MŚP zainteresowanych wzmocnieniem, pogłębieniem i rozwijaniem swoich umiejętności poprzez działania na rynkach zagranicznych dzięki ukierunkowanym szkoleniom cyfrowym. Szkolenia organizowane w ramach tego projektu mają poprawić umiejętności firm w zakresie strategii marketingowych w poszukiwaniu nowych i potencjalnych rynków, a jednocześnie zapewnić użyteczne narzędzia w celu stworzenia niezbędnych warunków do wykorzystania możliwości oferowanych przez świat „cyfrowy”. W szczególności poruszane są kwestie marketingu cyfrowego, handlu elektronicznego, rynku globalnego, reputacji sieci i zarządzania mediami społecznościowymi.

ITS Campania Moda – to inicjatywa powstała w celu stworzenia bezpłatnych, wysoce profesjonalnych szkoleń dla młodzieży w wieku od 18 do 35 lat, posiadających świadectwo ukończenia szkoły średniej i chcących pracować w sektorze tekstyliów, mody i odzieży. ITS Campania Moda zamierza wyszkolić wszechstronnych techników, którzy łączyliby umiejętności manualne z innowacjami technologicznymi. Oferta szkoleniowa charakteryzuje się silną dydaktyką laboratoryjną i praktyczną, realizowaną przez fachowych nauczycieli, oraz wysokim odsetkiem szkoleń prowadzonych w przedsiębiorstwach. Inicjatywa powstała z inicjatywy prezesa Akademii Mody w Neapolu w partnerstwie z firmami z przemysłu tekstylno-odzieżowego i obuwniczego, władzami lokalnymi, szkołami, uniwersytetami, agencjami szkoleniowymi i badawczymi oraz stowarzyszeniami branżowymi.

5. Podsumowanie

Polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów ma długie tradycje gospodarcze i kulturowe. Dzięki nim, a także stosunkowo dobrze rozwiniętej infrastrukturze gospodarczej oraz istniejącemu potencjału ludzkiemu, sektor dynamicznie się rozwija, zwiększa swoją produktywność i poziom konkurencyjności oraz wdraża nowe produkty i technologii.

Wśród czynników warunkujących rozwój całego sektora na poziomie krajów Unii Europejskiej można wyróżnić: oczekiwane spowolnienie gospodarcze, wojny handlowe, przyspieszenie tempa postępu technicznego, transformację cyfrową, zmiany preferencji konsumentów oraz zapobieganie zanieczyszczeniom i możliwości recyklingu produktów.

Polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów jest ważny nie tylko dla kraju, ale i całej gospodarki Unii Europejskiej. Polska jest krajem wymienianym obok takich kluczowych europejskich producentów odzieży państw jak: Włochy, Niemcy, Francja, czy Hiszpania. Jej atuty to wysoki poziom eksportu, elastyczność producentów, jakość wyrobów i świadczonych usług oraz innowacje produktowe i technologiczne.

Przemysł mody w coraz większym stopniu wykorzystuje nowe technologie zarówno w produkcji, jak i w sprzedaży. Dzięki nowym technologiom produkcja wyrobów tekstylnych zaczyna coraz szybciej przenikać do innych sektorów gospodarki, np. transportu, medycyny czy budownictwa. Nowe technologie służą wreszcie kreowaniu wizerunku marki lub zwyczajnie usprawniają codzienne działania w prowadzonym biznesie.

Wpływ postępu technologicznego rodzi pilne zapotrzebowanie na pracowników posiadających wiedzę i umiejętności w tym zakresie. Problem jednak polega na tym, że wysoka dynamika rozwoju polskiego sektora mody i innowacyjnych tekstyliów utrudnia dopasowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, ponieważ nowe zawody i specjalizacje na rynku powstają szybciej niż odpowiednie programy edukacyjne w szkołach.

Ogromnym zagrożeniem dla przyszłości sektora jest wybuch epidemii koronawirusa i czas jej trwania. Analitycy stosunków międzynarodowych budują alternatywne scenariusze i prognozy dotyczące wpływu obecnego kryzysu na politykę światową; niektórzy twierdzą, że przyspieszy on przejście od dominacji Zachodu do dominacji Azji, a pandemia COVID-19 stanie się początkiem chino- czy może azjocentrycznego porządku świata. Inni uważają, że USA i Europa, jako dominujące gospodarki, zmniejszą swoje globalne zaangażowanie w niektórych częściach świata, skuteczniej wykorzystując zasoby własne do zrównoważenia postępującej dominacji państw azjatyckich³⁶.

Ograniczenia wprowadzone przez rządy w związku z pandemią – przyczyniając się do zerwania łańcuchów produkcji i dostaw, strat, braku płynności finansowej i wzrostu zagrożenia niewypłacalnością – znacząco pogorszyły sytuację polskich przedsiębiorstw sektora i powiązanych z nimi branż zatrudniających około 190 tys. osób. Firmy sektora mody

³⁶ <https://fashionbusiness.pl/covid-19-w-branzy-tekstylno-odzieżowej-nowy-globalny-porzadek-po-pandemii/>
29.04.2020 r.

i innowacyjnych tekstyliów współpracują ściśle z centrami handlowymi, które są kluczowymi najemcami powierzchni handlowych. Z sektorem modowym silnie powiązana jest m.in. branża logistyczna, w tym polskie porty, lotniska, koleje, transport i spedycja, sieci magazynów i producenci rozwiązań logistycznych oraz firmy kurierskie. Producenci odzieży, akcesoriów i tekstyliów korzystają również z usług agencji zajmujących się reklamą i badaniami rynku, kupują szereg usług od banków i firm finansowych, kancelarii prawnych i innych usługodawców.

To, jak będzie wyglądał i w jakim tempie będzie rozwijał się europejski i polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów, zależy od decyzji rządowych, podejmowanych na poziomie zarówno wspólnotowym, jak i krajowym, zakresu wsparcia, horyzontu czasowego podejmowanych decyzji, a także od tego, jak szybko sporządzony zostanie pełny bilans szkód spowodowany pandemią.

Obecna kryzysowa sytuacja zmienia w sposób zasadniczy rolę wsparcia dla przedsiębiorstw. Państwa UE opracowują i wdrażają różnorodne programy i instrumenty wspierające także sektor mody i innowacyjnych tekstyliów w celu ochrony miejsc pracy i ograniczenie strat przemysłu. W Polsce wprowadzono pakiet ustaw (tzw. tarczę antykryzysową³⁷), mający za zadanie pomagać przedsiębiorstwom w czasie pandemii, w tym firmom sektora przemysłu mody i innowacyjnych tekstyliów, np. uzyskać gwarancję zabezpieczenia spłaty kredytu obrotowego lub inwestycyjnego.

³⁷ <https://www.gov.pl/web/tarczaantykryzysowa>, dostęp 29.04.2020 r.

6. Bibliografia

1. Abandoned? The Impact of Covid-19 on Workers and Businesses at the Bottom of Global Garment Supply Chains. Center for Global Workers' Rights 2020
2. Au coeur de la transformation textile. Techtera 2018
3. Branża odzieżowa. Omnichannel 2018. YourCX 2018
4. Branża odzieżowa. Wzrost znaczenia polskich eksporterów na świecie. Bank PKO 2019
5. Budżety gospodarstw domowych w 2016 r. GUS 2017
6. Budżety gospodarstw domowych w 2017 r. GUS 2018
7. Budżety gospodarstw domowych w 2018 r. GUS 2019
8. COVID-19 and the textiles, clothing, leather and footwear industries. International labour organization 2020 Worker Rights Consortium and Maquiladora Health & Safety Support Network 2020
9. DECRETO-LEGGE 17 marzo 2020, n. 18. ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO S.p.A. 2020
10. Effective Infection Control Practices and Policies For Operating Apparel and Textile Factories. Worker Rights Consortium and Maquiladora Health & Safety Support Network. April 2020.
11. Évaluation au 30 mars 2020 de l'impact économique de la pandémie de COVID-19 et des mesures de confinement en France, Département analyse et prévision de l'OFCE 2020
12. Fashion markets in Europe and the United States: towards sustainable consumption? IFTH 2020
13. Industrielle Gemeinschaftsforschung (IGF) Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) 2017
14. Innowacyjne, inteligentne tekstylia tworzą nowe możliwości pielęgnacji. <https://www.chemiaibiznes.com.pl/aktualnosc/innowacyjne-inteligentne-tekstylia-tworza-nowe-mozliwosci-pielegnacji>, dostęp 29.04.2020 r.
15. La blockchain per la tracciabilità del made in Italy: origine, qualità, sostenibilità. Caso di studio applicato al Settore Tessile DOCUMENTO DI SINTESI. Ministero dello sviluppo economico & IBM 2019
16. Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost. Sarah Gray 2017
17. Mode responsable: le guide pour agir. Alliance du Commerce 2019
18. Monitoring Branżowy 2018. Bank PKO 2019
19. PERSPEKTIVEN 2025. Handlungsfelder für die Textilforschung der Zukunft. FKT 2017
20. Perspektiven 2035. Ein Leitfadens für die textile Zukunft | Langfassung. FKT 2020
21. Polski sektor modowy na krawędzi. Wpływ COVID-19. PWC 2020

22. Osobiste systemy elektroniczne: technologie i zastosowania medyczne. Łódź 2018
23. RE-START: IN 8 SCHRITTEN IN DEN NEUSTART. Der Gesamtverband textil+mode 2020
24. RFID w branży odzieżowej w Polsce i na świecie. Wersja skrócona raportu 2019. GS1 Polska 2019
25. Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r. GUS 2020
26. Rynek mody w Polsce. Wyzwania. KPMG 2018
27. Rynek mody w Polsce. Wyzwania. KPMG 2019
28. Tekstronika i materiały nowej generacji – wyzwanie dla producentów odzieży. CBI Pro-Akademia 2018
29. Textile, Cap sur le Futur. Rapport annuel 2018-2019. UIT 2020
30. Textiles and Clothing Manufacturing: Vision for 2025 and Actions Needed. Joint Research Centre 2017
31. The future of work in textiles, clothing, leather and footwear. ILO 2019
32. The six-step COVID-19 business continuity plan for SMEs. International labour organization 2020
33. The State of Fashion 2020. McKinsey 2019
34. Threading the needle. KPMG 2018
35. What is the demand for apparel on the European market?. CBI 2020
36. Which trends offers opportunities or pose threats on the European apparel market? CBI 2019
37. Which trends offer opportunities or pose threats on the European home decoration and home textiles market? CBI 2020
38. Who will bail out the workers that make your clothes? The Worker Rights Consortium 2020
39. Zasady badań i oceny właściwości ergonomicznych odzieży ochronnej. Przegląd Włókienniczy - Włókno, Odzież, Skóra. nr 5, 2018
40. Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) 2020