

Kontakt dla mediów:

Luiza Sosnowska, PARP

e-mail: luiza_nowicka@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 14.07.2021 r.

Polski rynek branży odzieżowej wciąż się rozwija i korzysta z dofinansowania z Funduszy Europejskich

Nowa technologia włókien celulozowych, inteligenta maska antysmogowa, ekologiczne torby ze sklejk bukowej lub sosnowej, promocja produktów dla dzieci na rynkach zagranicznych – to tylko niektóre projekty polskich przedsiębiorców, które otrzymały dofinansowanie z Programu Inteligentny Rozwój (POIR).

Według raportu PKO Banku Polskiego „Branża odzieżowa” szacuje się, że w wyniku pandemii COVID-19 sprzedaż odzieży na świecie w latach 2020-2021 spadła średnio o 5,2% rocznie do 1269,8 mld EUR. Dopiero w 2023 r. wartość rynku przekroczy wielkość sprzedaży sprzed COVID-19 i będzie to poziom o 3,2% wyższy niż w 2019 r. W Polsce, odbudowie rynku sprzyja eksport odzieży, przede wszystkim do krajów UE. Udział przychodów z eksportu w przychodach ogółem branży sięga 38%.

Przedsiębiorcy z branży odzieżowej aktywnie poszukują nowych rozwiązań i rynków zbytu. Wielu z nich wzięło udział w konkursach organizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w ramach Programu Inteligentny Rozwój, które są dedykowane mikro, małym i średnim firmom. Program przewiduje wsparcie na realizację nowatorskich projektów. Pomoc jest oferowana zarówno na etapie pomysłu i badań, jak również w fazie rozwoju produktu lub usługi oraz wprowadzenia jej na rynek.

– Polscy przedsiębiorcy z branży odzieżowej chętnie brali udział w konkursach organizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Sektor ten, po chwilowej niepewności i spadku sprzedaży spowodowanej pandemią, przyspieszył i rokuje wzrost sprzedaży. Dzięki pozyskanym środkom wielu firmom udało się wypromować swoje marki na rynkach zagranicznych, a ich rozpoznawalność rośnie, tym samym podnosząc ich przychody – powiedziała **Aneta Zielińska-Sroka**, zastępca dyrektora Departamentu Komunikacji i Marketingu.

Branża odzieżowa korzysta z Funduszy Europejskich

Chcąc zwiększyć rozpoznawalność marek odzieży damskiej SUNWEAR oraz FERIA na rynkach międzynarodowych, w ramach działania „Go to Brand”, firma **Podwysocki Sp.J.** otrzymała 435 tys. zł dofinansowania. Dzięki uczestnictwu w imprezach targowych oraz organizacji misji gospodarczej

produkty firmy obu marek wypromowano na rynkach zagranicznych, głównie brytyjskim i francuskim. Spółka zaprezentowała swoje produkty kilkuset tysiącom strategicznych klientów z kilkudziesięciu krajów świata. Rezultaty projektu to wypromowanie marek produktowych spółki Podwysocki, podpisanie nowych kontraktów handlowych, wzrost przychodów ze sprzedaży eksportowej. Ponadto umocniono wizerunek spółki na rynkach międzynarodowych i zwiększono konkurencyjność przedsiębiorstwa na arenie światowej.

Z kolei firma **MOON**, tworząca ubrania dla dzieci oraz ich rodziców, łączy dobre tradycje polskiej szkoły projektowania ubioru i nowoczesne wzornictwo. Również w ramach poddziałania „Go to Brand” przedsiębiorstwo wykorzystało dotację – w wysokości ponad 616 tys. zł – na rozwój działalności eksportowej oraz wypromowanie produktów branży odzieży za granicą. Dzięki uczestnictwu w projekcie firma reklamuje swoje produkty w międzynarodowej prasie branżowej i modowej. Marka wzbudziła zainteresowanie kupców oraz mediów. Pozyskano nowe kontakty handlowe. Obecnie marka dostępna jest w 20 krajach na świecie, zarówno w Europie, jak i w USA czy Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

Również firma **PETITE LAURE WUDARCZYK** wykorzystała dotację z tego samego poddziałania, by zwiększyć rozpoznawalność i promocję marki na arenie międzynarodowej. Firma produkuje ubrania dla dzieci, bieliznę nocną do porodu i karmienia oraz akcesoria w postaci koców, otulaczy i pieluszek wyłącznie z bawełny organicznej i ekologicznego bambusa. Na potrzeby Branżowego Programu Promocji MODY POLSKIEJ firma wzięła udział w targach oraz w jednej indywidualnej misji gospodarczej na rynku perspektywicznym, w USA. Celem tych działań było pozyskanie potencjalnych kandydatów do współpracy biznesowej (dystrybutorów, agentów, odbiorców hurtowych). Ekspansja na rynki zagraniczne pozwoliła zwiększyć sprzedaż oraz otworzyć nowe kierunki dystrybucji. Na realizowanie projektu firma otrzymała niemalże 146 tys. zł.

Przeszło 11 mln zł dofinansowania, w ramach poddziałania „Badania na rynek”, otrzymał zakład włókienniczy **Biliński Sp.j.**, będący jednym z największych przedsiębiorstw w Europie, świadczących usługi uszlachetniania tekstyliów. W ramach dofinansowanego projektu opracowano nową technologię dla włókien celulozowych (bawełna, wiskoza), dzięki której uzyskujemy nowe właściwości wizualne i użytkowe wyrobu. Tekstylia wykonane ze zmodyfikowanych włókien celulozowych charakteryzują się m.in. zwiększonym współczynnikiem sorpcji (pełniejszą głębią koloru), zredukowanym stopniem pilingu oraz utrzymaniem bardzo niskiego poziomu kurczliwości. To także miękki i lejący chwyt z subtelnym połyskiem. Dzięki wdrożeniu rozwiązania znacznie poprawił się komfort użytkowania produktu. Wyroby są łatwiejsze w konserwacji i mniej gniotliwe, co istotnie wpływa na zadowolenie ostatecznych odbiorców na rynku. W związku z realizacją projektu zainwestowano w niezbędne narzędzia i maszyny. W ramach działań skupiono się na rozwiązaniach możliwie przyjaznych środowisku.

„Design dla przedsiębiorców” to kolejny konkurs w ramach POIR, z którego skorzystały polskie firmy z branży odzieżowej. **SMARTWEAR Sp. z o.o.** otrzymała prawie 470 tys. zł na rozwój spółki w wyniku opracowania nowego projektu wzorniczego i wdrożenia na rynek innowacyjnego

produktu. Firma – w wyniku przeprowadzenia profesjonalnego procesu projektowego – wdrożyła projekt dotyczący inteligentnej maski antysmogowej. Innowacyjność rozwiązania polega m.in. na wyposażeniu maski w czujnik pomiarowy, pozwalający na bieżącą wymianę danych z dedykowanym oprogramowaniem oraz prezentację informacji istotnych z punktu widzenia użytkownika. Wdychanie zanieczyszczonego powietrza stanowi poważne zagrożenie dla zdrowia. Model PRO + to jedyna na świecie maska antysmogowa, wyposażona w elektroniczny zawór URBAN'ER SMARTVALVE z sensorem oddechowym, komunikującym się bezprzewodowo z aplikacją mobilną URBAN'ER. Dzięki URBAN'ER PRO+ użytkownik zyskuje dane dotyczące aktualnych zanieczyszczeń powietrza w swoim otoczeniu, dowiaduje się, kiedy i dlaczego powinien założyć maskę. Na bieżąco sprawdza, jakiej ilości szkodliwych substancji udało się uniknąć podczas codziennych aktywności. Dedykowana aplikacja powiadamia również, kiedy należy wymienić zużyty filtr. Michał Osiński, członek zarządu, komentuje – Wprowadzenie nowego produktu do oferty firmy, stanowiło istotny impuls rozwojowy oraz pozwoliło na dotarcie do zupełnie nowej grupy odbiorców – osób wykorzystujących nowoczesne technologie w życiu codziennym. Wdrożenie innowacyjnego rozwiązania, umożliwiło wejście całej organizacji na wyższy poziom rozwoju i zaistnienie firmy także w świadomości odbiorców zagranicznych. Sprzedaż maski Urban'er PRO ma coraz większy udział w strukturze przychodów firmy, co pokazuje, jaki drzemie potencjał dla dalszego rozwoju w tej gałęzi działalności.

Według badań Branżowego Bilansu Kapitału Ludzkiego (BBKL) przeprowadzonego przez PARP aż 53% przedstawicieli przedsiębiorstw modowych i tekstylnych jest zdania, że dostosowanie produkcji do odpowiednich standardów ekologicznych jest kluczowym wyzwaniem dla branży w przyszłości. W myśl tego postąpiła firma **Kartolino.pl Magdalena Cichocka**, która w ramach konkursu „Design dla przedsiębiorców” otrzymała dofinansowanie ponad 293 tys. zł. Przedmiotem projektu było wdrożenie autorskiego wzoru i stworzenie prototypu nowego produktu – ekologicznej torby. Cała procedura została poprzedzona profesjonalnym procesem projektowym, w wyniku którego stworzono koncepcję ekologicznej torby, wykonanej ze sklejki bukowej lub sosnowej, wycinanej na maszynach CNC (*Computerized Numerical Control*, komputerowe sterowanie urządzeń numerycznych) oraz z naturalnej skóry. Kłapa, szelki i pasek są wykonane z naturalnej skóry. Spód torby ze sklejki giętej. Bariera ochronna w postaci lakieru zabezpiecza produkt przed zawilgoceniem, zabrudzeniem i zarysowaniem. Torba jest lekka, trwała i cechuje ją niepowtarzalny, wyróżniający design. Nowy produkt przeznaczony jest zarówno dla kobiet, mężczyzn, jak i dzieci. Dodatkową funkcją są paski z tyłu, zmieniające produkt w plecak. Torby, plecaki mogą mieć różne kolory skóry, a na sklejkach możliwy jest indywidualny nadruk.

Polsko-włoskie przedsiębiorstwo „**MONDO-CALZA**” otrzymało prawie 289 tys. zł na opracowanie nowej kolekcji skarpet anatomicznych o właściwościach antyalergicznym, bakteriostatycznym i antyzapachowym. Nowe produkty charakteryzują się zaawansowaną konstrukcją, dopasowaną do budowy lewej i prawej stopy. Posiadają odpowiednie profile frotowe, odwzorowujące kształt obu stóp. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych maszyn dziewiarskich produkowane są skarpety, posiadające dodatkowe wzmocnienia (wypukłości) w miejscach szczególnie narażonych na otarcia



i ucisk podczas uprawiania aktywności fizycznej. Dodatkowo zastosowanie w produkcji przędzy z włókien Prolen Micro-SILTEX, sprawia, że skarpety wykazują się wyjątkowymi właściwościami bakteriostatycznymi i antyzapachowymi oraz nie wywołują alergii, co zwiększa komfort ich użytkowania.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

