**Polskie marki bielizny mają swoje święto**

**29 marca 2022 roku, już po raz 4, odbędzie się Święto Polskiej Bielizny. Wydarzenie ma na celu promowanie polskich producentów oraz rodzimych marek bielizny, budowanie ich rozpoznawalności i prestiżu wśród polskich konsumentów.**

W polskich markach drzemie olbrzymi ale niewykorzystany potencjał. Często są to małe, rodzinne firmy, którym trudno konkurować z międzynarodowymi korporacjami. Jak pokazują dane, jest o co rywalizować. Polski rynek odzieżowy jest jednym z największych w Europie Środkowo-Wschodniej, a możliwości rozwoju są ogromne:

l W 2020 roku globalny rynek bielizny osiągnął wartość 42 mld USD, z prognozą wzrostu do 78 mld USD w 2027 roku.[1]

l Polska zajmuje 14 miejsce na świecie pod względem importu bielizny (udział 1,7%) oraz na 16 miejscu pod względem eksportu (udział 1,3%). Bilans handlowy jest ujemny.[2]

l Największymi importerami damskiej bielizny z Polski są Niemcy (42,5%), Rumunia (10,1%), Czechy (8,4%), Węgry (7%).[3]

l W 2019 roku, polski rynek handlu detalicznego bielizną osiągnął wartość ok. 4,8 mld PLN (12% całego rynku detalicznego odzieży i obuwia).[4]

[Święto Polskiej Bielizny](https://swietopolskiejbielizny.pl/) wpisuje się w ideę patriotyzmu gospodarczego i konsumenckiego. Głównym celem jest pokazywanie zalet lokalnych produktów, tak aby każdy konsument mógł dokonać świadomego wyboru podczas zakupów. Najważniejszym kryterium podczas zakupów jest cena i jakość, jednak **46% Polaków deklaruje, że wybiera rodzime produkty, a 40% sprawdza czy firma ma siedzibę w Polsce**[**[5]**](http://kontri.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=188026&hash=f6c06f673ac4dd0f1782edf01ee138a1#_ftn5). Co ważne **ponad 50% konsumentów jest skłonnych zapłacić 10% więcej za polski produkt** niż podobny produkt wyprodukowany poza krajem[6]. Warto więc oznaczać gdzie towar został wyprodukowany.

4 edycji Święta Polskiej Bielizny przyświeca idea pomocy potrzebującym. Polski sektor bieliźniarski bardzo aktywnie włącza się w akcje charytatywne np. podczas pandemii Covid-19, bezpłatnie szyjąc maseczki szpitalom. Obecnie angażuje się w pomoc Ukrainie, oferując pomoc finansową, rzeczową oraz zatrudnienie i zakwaterowanie.

Wydarzenie jest organizowane przez Kontri Sp. z o.o., właściciela sklepu [Kontri.pl](https://www.kontri.pl/) oraz marki bielizny [Vivisence](https://www.vivisence.com/).

[1] https://www.statista.com/statistics/720288/lingerie-retail-market-value/

[2] https://itro.pl/wp-content/uploads/2020/07/Export-Indicator-Raport\_Hierarchia-rynk%C3%B3w-zagranicznych\_Bielizna-damska\_kody-HS\_6108\_621210\_ITRO\_2020-07.pdf

[3] Ibidem

[4] https://retailmarketexperts.com/aktualnosci/raport-pmr-do-2025-r-bielizna-bedzie-odpowiadac-za-prawie-15-rynku-modowego/

[5] https://www.bankier.pl/wiadomosc/Konsumenci-coraz-czesciej-wybieraja-polskie-produkty-8184575.html

[6] https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/11/pl-raport-kpmg-w-polsce-pt-rynek-mody-w-polsce-2019.pdf