



PRZETWÓRSTWO ROLNO-SPOŻYWCZE

INFORMATOR EKSPORTOWY
DLA FIRM WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO



lubelskie
export. invest.

„Wysoka specjalizacja województwa lubelskiego w uprawach owoców i warzyw, obecność najlepszych jednostek naukowych MNiSW działających na rzecz sektora spożywczego i biogospodarka będąca kluczową inteligentną specjalizacją województw, dają solidne podstawy dla dalszego rozwoju działalności eksportowej branży. W roku 2013 wartość eksportu towarów branży przetwórstwa rolno-spożywczego w województwie lubelskim wyniosła niemal 659 mln euro. Średnioroczna dynamika wzrost eksportu branży latach 2009-2013 wynosząca 12% wpływa na silną bazę i wzrost doświadczeń eksportowych branży.

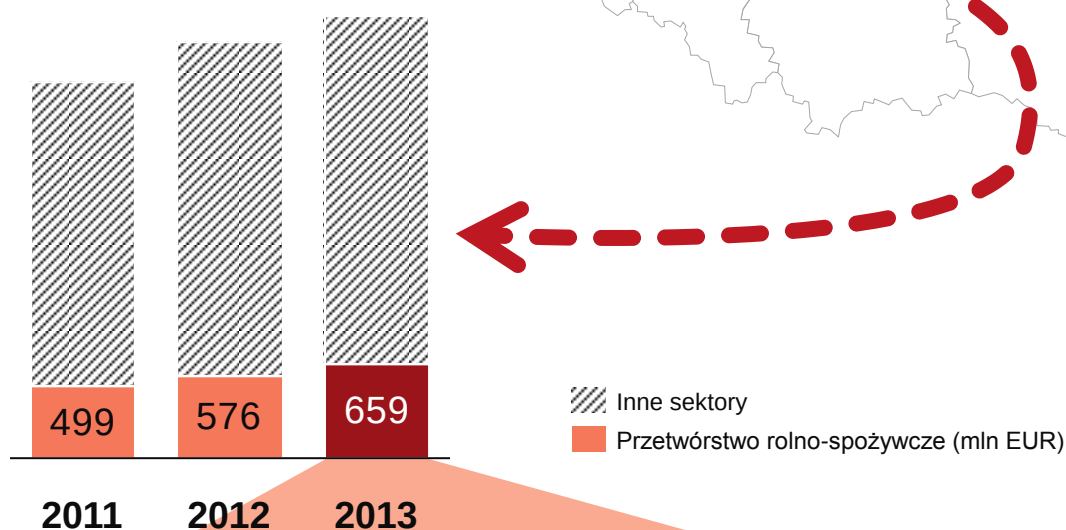
Oprócz bezpośrednich efektów działalności eksportowej warto zwrócić uwagę na korzyści pośrednie. Dzięki eksportowi możliwe jest umiędzynarodowienie działalności firmy i wzrost globalnej rozpoznawalności jej produktów, usług i marki. Eksport sprzyja zdobywaniu unikalnej wiedzy rynkowej, technicznej i organizacyjnej, która pozwala skuteczniej konkurować zarówno za granicą, jak i rynkach lokalnych.

Zachęcam do zapoznania się z informatorem eksportowym dla przetwórstwa rolno-spożywczego dla firm w województwie lubelskim i skorzystania z przygotowanego dla Państwa systemu wsparcia.”

Marszałek Województwa Lubelskiego
Sławomir Sosnowski

150 mld EUR | całkowita wartość eksportu z Polski w 2013 roku

Całkowita wartość eksportu z województwa lubelskiego w 2013 roku **2,4** mld EUR



Całkowita wartość eksportu towarów branży przetwórstwa rolno-spożywczego województwa lubelskiego w 2013 roku wyniosła **659** mln euro. Do Niemiec wyeksportowano produkty o wartości 112 mln euro, w przypadku Francji sprzedaż wyniosła 21 mln euro, natomiast wartość eksportu branży do Arabii Saudyjskiej równała się 0,8 mln euro. Wskazane powyżej kraje to z jednej strony sprawdzeni partnerzy handlowi Polski, z bogatą historią współpracy (Niemcy i Francja), z drugiej natomiast szybko rozwijająca się gospodarka, w dużej mierze zależna od importu żywności (Arabia Saudyjska). Stwarza to dobre warunki dla lubelskich przedsiębiorstw do nawiązywania i pogłębiania relacji biznesowych.

Niemcy

112 mln

Francja

21 mln

Arabia Saudyjska

0,8 mln

Wartość eksportu dla pozostałych kierunków eksportowych wyniosła **525,3 mln euro**

Eksport województwa lubelskiego w branży przetwórstwa rolno-spożywczego **rosł** w latach 2009-2013 w tempie

11%

rocznie, co daje dobre perspektywy dalszego wzrostu

Branża rolno-spożywcza w województwie lubelskim

14%

warzyw i owoców
w Polsce pochodzi
z Lubelszczyzny

71%

powierzchni
województwa stanowią
użytki rolne

20%

zatrudnionych
w przemyśle
województwa
lubelskiego pracuje
w branży przetwórstwa
rolno-spożywczego

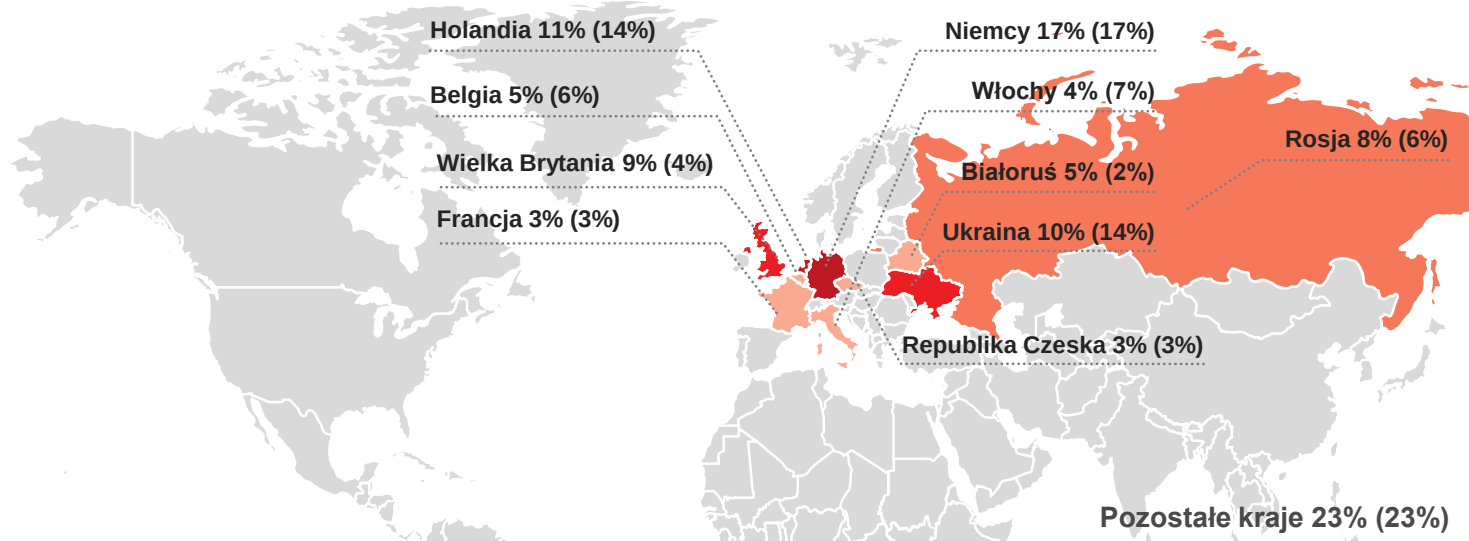
22%

wartości wszystkich
sprzedanych
produktów
województwa
lubelskiego stanowią
produkty branży
przetwórstwa
rolno-spożywczego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie GUS, stan na 2013 r. oraz informator „Przemysł spożywczy” i Urząd Miasta Lublin, stan na 2013 r.

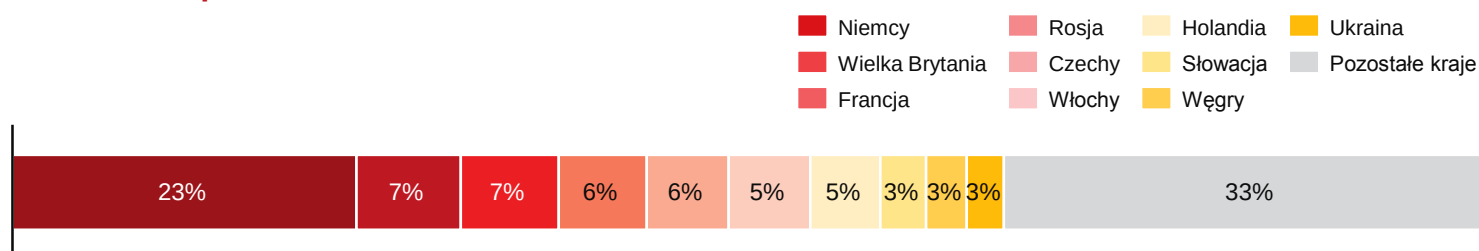
Struktura wymiany handlowej branży rolno-spożywczej województwa lubelskiego jest stała i dominują w niej kraje europejskie. Największym odbiorcą towarów rolno-spożywczych z województwa lubelskiego są Niemcy, które utrzymują tę pozycję od kilku lat z podobnym udziałem tych produktów w całym imporcie z województwa. W ostatnich latach lubelscy producenci, głównie dzięki swojemu położeniu oraz dobrej jakości produktom, umocnili swoją obecność szczególnie na rynkach brytyjskim, białoruskim oraz rosyjskim.

Kierunki eksportu województwa lubelskiego w roku 2013 (2009)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.

Kierunki eksportu Polski w roku 2013

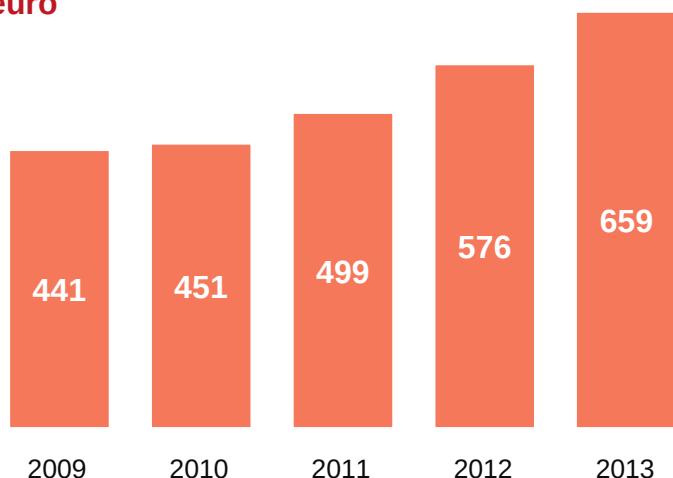


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z International Trade Centre, stan na wrzesień 2014 r.

Wartość eksportu i jego główne kierunki

Eksport branży przetwórstwa rolno-spożywczego województwa lubelskiego w ostatnich latach rósł stabilnie – około **11%** w skali roku. Wzrost osiągnięty w ostatnim analizowanym roku może sugerować, iż lokalni przedsiębiorcy z branży przetwórstwa rolno-spożywczego coraz lepiej radzą sobie na rynku międzynarodowym.

Dane dotyczące eksportu branży przetwórstwa rolno-spożywczego w województwie lubelskim (2009-2013) w mln euro



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.

Branża cukrownicza i branża mleczna – branże o szczególnie wysokim potencjale

Produkcja mleka w Polsce charakteryzuje się wysoką konkurencyjnością na tle innych krajów Unii Europejskiej (UE). **Średnie operacyjne koszty produkcji mleka w Polsce są o 33,5% niższe niż przeciętne w Unii Europejskiej (UE) oraz o około 36-40% niższe od kosztów w krajach będących głównymi kierunkami eksportowymi polskiego mleka** (Niemcy, Czechy, Holandia)¹⁾.

Dzięki temu deregulacja rynku mleka UE w 2015 roku może stać się dużą szansą dla polskich eksporterów do konkurowania na zagranicznych rynkach.

Biorąc pod uwagę istotny udział województwa lubelskiego w produkcji mleka w Polsce (7. miejsce) oraz niskie koszty pracy w tym regionie, rozwój branży mleczarskiej ma duży potencjał.

Bardzo dobre warunki glebowe w województwie lubelskim sprzyjają uprawie szczególnie wymagających roślin, w tym buraków cukrowych. Ponadto wysoka jakość gleb obniża koszty związane z nawadnianiem i nawożeniem upraw. Dzięki temu województwo lubelskie charakteryzuje się wysokim potencjałem do rozwoju sektora cukrowniczego.

Żywność ekologiczna

jest dużą szansą dla rozwoju branży spożywczej regionu lubelskiego i ekspansji jej produktów na zagraniczne rynki. Rosnąca świadomość konsumentów odnośnie do zdrowego trybu życia, w tym zdrowej diety, a także procesu produkcji powoduje wzrost zapotrzebowania na naturalne i ekologiczne produkty – to w połączeniu z wizerunkiem Lubelszczyzny jako regionu dziewiczej natury daje możliwość rozwoju marek odwołujących się do zdrowego żywienia. Potwierdza to rosnąca liczba gospodarstw ekologicznych.



Liczba licencjonowanych gospodarstw ekologicznych w Polsce w latach 2012-2013

Region	2012	2013
Zachodniopomorskie	2 194	2 669
Warmińsko-mazurskie	2 160	2 606
Podlaskie	1 911	2 235
Podkarpackie	1 655	1 946
Mazowieckie	1 655	1 946
Lubelskie	1 613	1 711
Małopolskie	1 911	1 696
Dolnośląskie	1 041	1 009
Pozostałe	2 919	3 346
RAZEM	18 187	19 164

Źródło: Bank Danych Lokalnych – Główny Urząd Statystyczny, stan na grudzień 2014 r.

Deregulacja rynku cukru UE w 2017 roku doprowadzi do wzrostu konkurencji i może prowadzić do koncentracji upraw buraków cukrowych i produkcji cukru. Takim regionem może być Polska i województwo lubelskie, gdzie możliwa jest produkcja na potrzeby krajowego rynku zbytu i dla zagranicznych partnerów przy bardzo konkurencyjnych cenach.

¹⁾ Źródło: Na podstawie FADN (System Zbierania i Wykorzystywania Danych Rachunkowych z Gospodarstw Rolnych), dane za 2011 r.

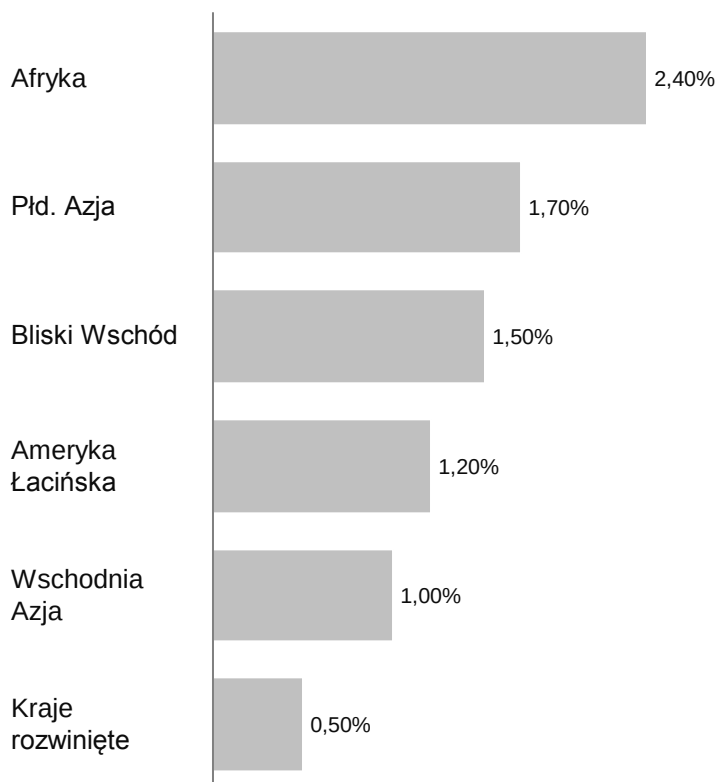
Trendy w branży rolno-spożywczej na świecie

Obecnie na świecie żyje ponad 7,2 mld ludzi. Co roku ta liczba powiększa się o około 80 milionów, a według szacunków ONZ w 2050 roku powinna przekroczyć 9 mld. Przyrost demograficzny oraz bardzo istotne zmiany w strukturze demograficznej wielu krajów (spowodowane na przykład postępowaniem medycyny), takie jak zwiększenie długości życia czy poprawa przeżywalności niemowląt, prowadzą do istotnego wzrostu zapotrzebowania na żywność. Przewiduje się także istotne zwiększenie zapotrzebowania na żywność wysokiej jakości – jest to związane z bogaceniem się społeczeństw w krajach rozwijających się.

Po stronie podaży najistotniejsze zmiany dotyczą deregulacji europejskiego rynku mleka w 2015 roku oraz rynku cukru w 2017 roku. Likwidacja kwot produkcyjnych będzie prowadziła do wzrostu konkurencji i istotnych zmian w strukturze podaży tych towarów.

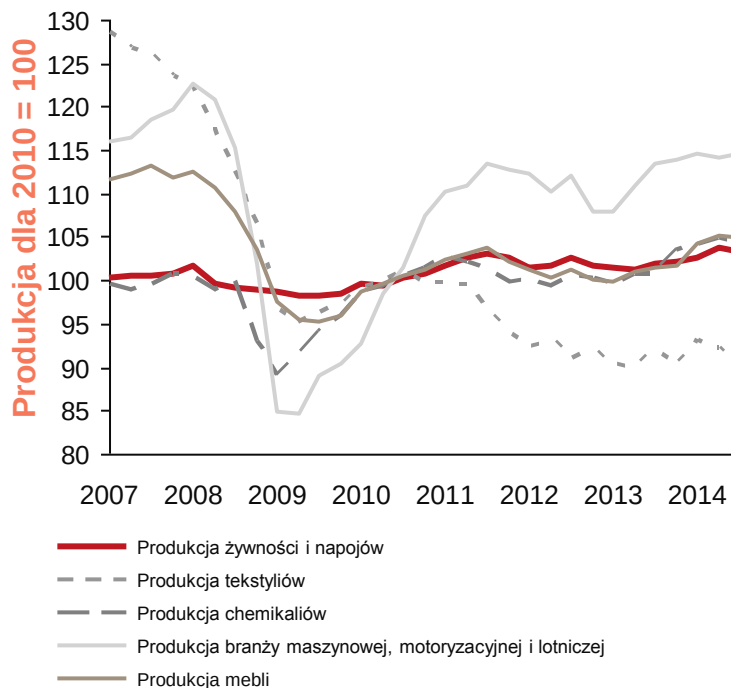
Powyższe czynniki stanowią jednocześnie **szanse i wyzwania** dla sektora rolniczego i przetwórstwa rolno-spożywczego, który w najbliższych latach będzie musiał znaleźć odpowiedź na nowe zapotrzebowanie – zarówno w sensie ilościowym, jak i jakościowym. Zwiększenie konsumpcji żywności spowodowało, że przetwórstwo rolno-spożywcze jest jedną z niewielu branż, których wzrost nie został istotnie zakłócony przez kryzys gospodarczy z lat 2007-2008 i późniejsze spowolnienie koniunktury.

Średnioroczny prognozowany wzrost popytu na produkty rolne i zwierzęce na świecie w latach 2006-2050¹⁾



¹⁾ Źródło: Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa, „World Agriculture Towards 2030/50, the 2012 revision”, stan na luty 2012 r.

Indeks produkcji wybranych gałęzi przemysłu w UE w latach 2007-2014



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostat, stan na grudzień 2014 r.

Wykres powyżej pokazuje wskaźnik wartości produkcji na terenie UE w odniesieniu do roku bazowego 2010. O ile inne branże istotnie odczuły skutki kryzysu finansowego z lat 2007-2009, o tyle branża spożywcza utrzymała produkcję na stabilnym poziomie.

Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) opublikowała prognozy popytu na produkty rolne i zwierzęce (niskoprzetworzone) dla poszczególnych części świata. Analizując obrazujący to wykres, można zauważyć, iż największego wzrostu popytu oczekuje się wśród mieszkańców Afryki, Południowej Azji oraz Bliskiego Wschodu. Tymczasem wśród kierunków eksportowych wybieranych przez lubelskie firmy z branży rolno-spożywczej dominują kraje rozwinięte, głównie europejskie. Jest to naturalnie wynik m.in. geograficznej bliskości tych krajów i historii dotychczasowych relacji handlowych. Jednak o ile dotychczasowi partnerzy mogą stanowić stabilny, dobrze znany i bezpieczny rynek zbytu, to kraje rozwijające się będą miały największe zapotrzebowanie na produkty żywnościowe, co stwarza dodatkowe szanse dla lubelskich przedsiębiorców.

Prognozy wzrostu

FAO prognozuje, że globalny popyt na żywność będzie rósł w średnim tempie 1,1% rocznie do 2050 roku i będzie o 70% wyższy niż w roku 2006. Głównymi ośrodkami wzrostu popytu ma być Afryka – głównie poprzez wzrost demograficzny, a także Azja – z uwagi na zmiany demograficzne oraz rosnące PKB per capita.

Z wymienionymi czynnikami wiąże się jednak nowe wyzwanie: silna eksploatacja zasobów, np. łowisk, czy zmieniająca się struktura zapotrzebowania na surowce spożywcze. Obserwuje się znaczny wzrost zapotrzebowania na produkty mięsne, nabiał i tłuszcze roślinne, przy jednoczesnym spadku popytu na inne kategorie produktowe.



Czy wiesz, że...?

... w 2030 roku **65%** populacji klasy średniej będzie żyło w rejonie Azji i Pacyfiku.

Choć UE w dalszym ciągu ma największy udział w wymianie handlowej branży spożywczej na świecie, to udział ten systematycznie maleje. Zmiana ta zachodzi głównie na korzyść Brazylii, Tajlandii, Indonezji i Indii. Obecnie około 58% żywności produkowane jest w krajach rozwijających się, w roku 2050 odsetek ten ma wynieść 72%.

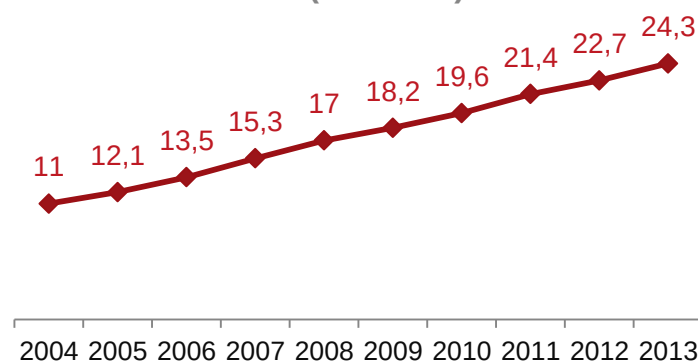
Największy wzrost popytu na żywność ma dotyczyć krajów afrykańskich. Wpływać ma na niego przyrost demograficzny, wynoszący średnio 1,9% oraz wzrost konsumpcji per capita – o 0,4% rocznie. Dynamicznie rosnać ma także konsumpcja w rejonie Azji Południowej. Jednak w tym przypadku wzrost ma wynikać w większym niż w przypadku Afryki stopniu z bogacenia się społeczeństwa niż ze zmian demograficznych.

Zjawiska mające wpływ na rozwój branży rolno-spożywczej na świecie:

- Postępujący wzrost znaczenia korporacji międzynarodowych
- Zmiana trybu życia społeczeństw oraz większa świadomość w dziedzinie odżywiania
- Postępująca złożoność łańcucha dostaw
- Nadmierne eksploatowanie zasobów, np. łowisk
- Zmiany klimatyczne – większa niepewność zbiorów, a tym samym większe wahania cen
- Wzrost znaczenia produktów ekologicznych

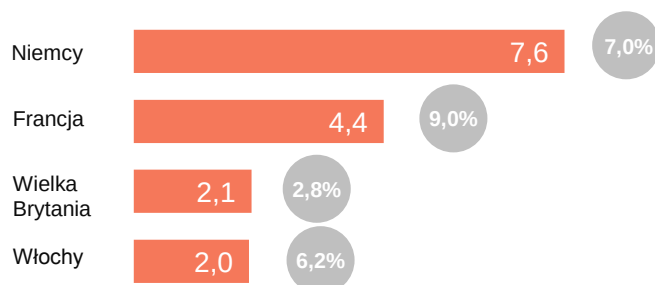
Jednym z istotniejszych rynków w branży spożywczej jest rynek towarów ekologicznych. Jego wartość w Europie w 2013 roku wyniosła ponad 24 mld euro. Rynek ten charakteryzuje się stabilnym wzrostem.

Sprzedaż produktów ekologicznych w Europie w latach 2004-2013 (mld euro)



Źródło: Fibl, Ifoam; stan na 2013 r.

Sprzedaż produktów ekologicznych na największych rynkach europejskich w 2013 r. (mld euro) oraz tempo ich wzrostu



% Tempo wzrostu rynku w 2013 r.

Źródło: Fibl, Ifoam, stan na 2013 r.

Niemcy są największym rynkiem produktów ekologicznych (o wartości 7,6 mld euro) w Europie i są drugim po USA największym rynkiem na świecie. Rynek francuski, o wartości 4,4 mld euro, plasuje się na drugim miejscu w Europie. Na trzecim miejscu jest rynek brytyjski, wart 2,1 mld euro, a za nim rynek włoski, o wartości 2 mld euro. W latach 2012-2013 wzrost wszystkich najważniejszych rynków kształtował się w przedziale od 2% do 9%.

Wielkość europejskiego rynku ekologicznego oraz jego dynamiczny wzrost stanowi wyzwanie dla potencjału eksportowego polskiego rolnictwa ekologicznego województwa lubelskiego.

Analiza wybranych krajów

Do analizy wybrano kraje, które uznano za potencjalne kierunki eksportowe ze względu na szereg czynników – między innymi wysoki potencjał rozwoju rynków produktów spożywczych, ich bliskość oraz dostępność, a także obecność w strategicznych dokumentach dotyczących promocji polskiego eksportu.

Wzrost PKB w 2013 roku

Prognozowany wzrost PKB w latach 2014-2019

Tempo wzrostu gospodarki przewidywane przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy

Prognozowany średni wzrost importu w latach 2014-2019

Prognoza ta, przygotowana przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy, pokazuje, o ile co roku ma powiększać się zapotrzebowanie na towary z zagranicy w danym kraju (uwzględniając wszystkie produkty)

Pozycja w rankingu Doing Business 2014 (sekcja: wymiana zagraniczna)

Ranking ten, przygotowany przez Bank Światowy, mierzy koszty oraz szybkość realizacji procedur związanych z wymianą handlową produktów z danym krajem

Pozycja w Indeksie Percepcji Korupcji 2014¹⁾

Indeks ten, publikowany przez *Transparency International*, jest kluczowym wyznacznikiem percepcji korupcji w sektorze publicznym. Jest to jeden z bardzo istotnych czynników w przypadku chęci rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Niemcy

0,4%

1,5%

5,8%

18/189

12/175

Francja

0,3%

1,4%

3,5%

10/189

26/175

Arabia Saudyjska

3,6%

4,5%

6,9%

92/189

55/175

¹⁾ Im wyższa pozycja kraju w rankingu, tym niższa postrzegana korupcja

Źródło: Opracowanie własne na podstawie www.imf.org, www.worldbank.org, www.transparency.org; stan na grudzień 2014 r.

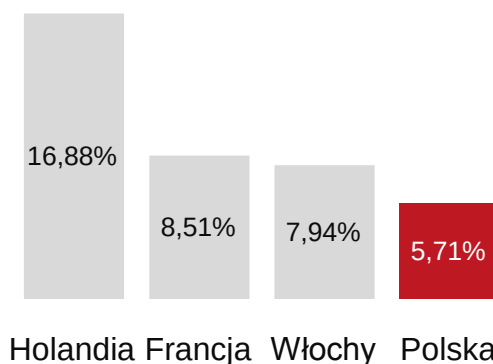
Sytuacja w branży rolno-spożywczej w wybranych krajach

Udział branży spożywczej w całym imporcie w 2013 roku:

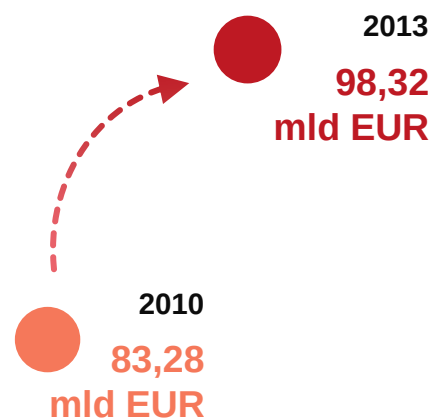
Niemcy



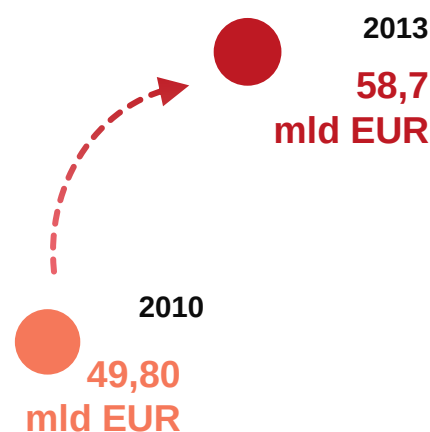
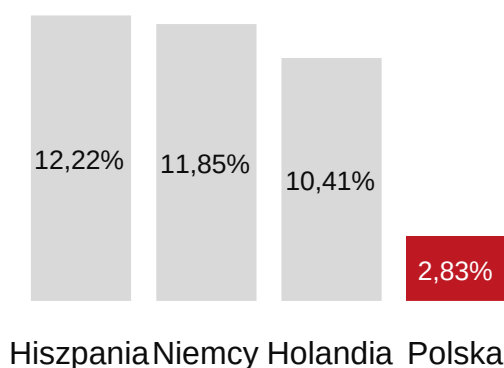
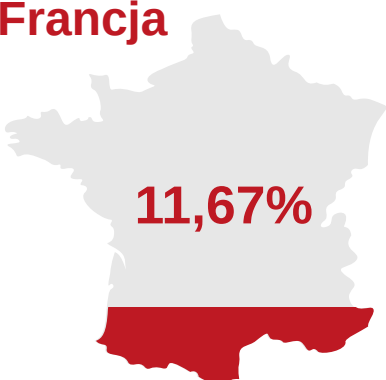
Trzy kraje o największym udziale w imporcie do omawianego kraju oraz udział Polski:



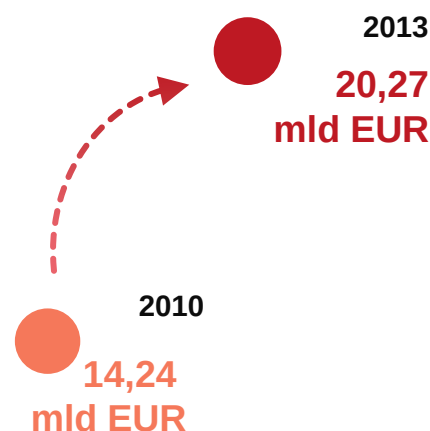
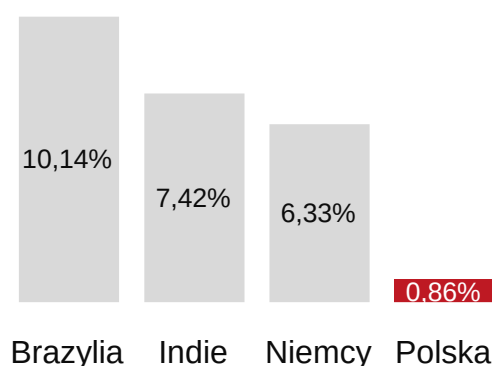
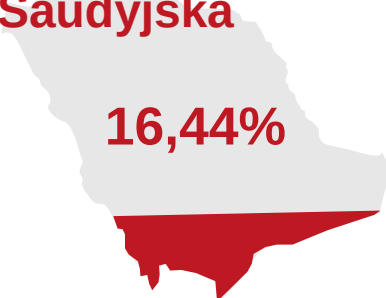
Zmiana w wartości importowanych produktów z branży rolno-spożywczej:



Francja



Arabia Saudyjska



- Niemcy są krajem o największej wartości importowanych produktów w branży rolno-spożywczej, a Polska posiada tam największe udziały w imporcie spośród analizowanych rynków
- Branża spożywcza we Francji cechuje się stosunkowo dużym udziałem towarów importowanych. Jednocześnie, dzięki dużemu rynkowi wewnętrznemu i wysokim kosztom produkcji żywności, kraj ten jest perspektywnym rynkiem zbytu dla lubelskich przedsiębiorców
- Arabia Saudyjska jest krajem o największej dynamice importu produktów rolno-spożywczych, ze znacznym ich udziałem w całym imporcie, co stwarza dla Polski olbrzymie szanse na zwiększenie obecności na tym rynku

Niemcy

Republika Federalna Niemiec

(niem. Bundesrepublik Deutschland)

Niemcy są największym partnerem handlowym Polski – odpowiadają za około 25% wymiany handlowej naszego kraju. Dla branży spożywczej odsetek ten wynosi 23% (w województwie lubelskim 16,9%). Wartość importu produktów rolno-spożywczych plasuje Polskę na 4. miejscu wśród partnerów handlowych Niemiec, a jednocześnie spośród pierwszych dziesięciu krajów Polska ma drugi wynik pod względem dynamiki.

Dlaczego warto eksportować do Niemiec



170 na tyle wyceniany jest rynek rolno-spożywczy. W ostatnich latach rósł **mld EUR** w tempie 3-5% rocznie.

Dynamiczny rynek, na którym konsumenci chętnie próbują nowych produktów.

Niemcy to bliski i stabilny partner gospodarczy.



Jako jeden z liderów na rynku owocowym oferujemy zagranicznym kontrahentom polskie owoce w europejskim standardzie.

Nasze przetwory są szczególnie doceniane w Europie Centralnej i Zachodniej, gdzie z powodzeniem konkurują z wieloma lokalnymi produktami.

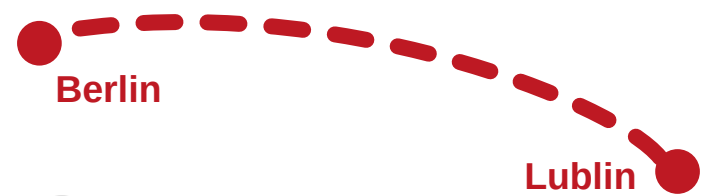
Dzięki naszemu zaangażowaniu, wyroby spełniają wysokie oczekiwania jakościowe konsumentów.

*Roman Kędra
starszy specjalista ds. eksportu i importu
Materne-Polska Sp. z o. o.*

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z International Trade Centre, stan na styczeń 2014; Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.; Euromonitor International, stan na grudzień 2014 r.



Stolica	Berlin
Ludność	80,7 mln
PKB per capita	33 900 EUR
Język urzędowy	niemiecki
Jednostka monetarna	euro (EUR)
Powierzchnia	357 340 km ²
Ustrój polityczny	republika (system kanclerski)
Członkostwo w organizacjach	UE, G8, OECD, WTO

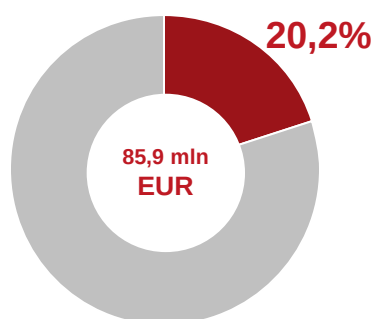


	Odległość w linii prostej	635 km
	Odległość drogowa	738 km
	Czas podróży: transport drogowy	ok. 8 h
	Czas podróży: transport lotniczy	ok. 4,5 h

Eksport województwa lubelskiego do Niemiec w latach 2011-2013

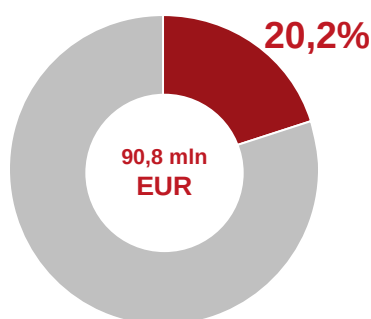
2011

425,4 mln EUR, w tym:



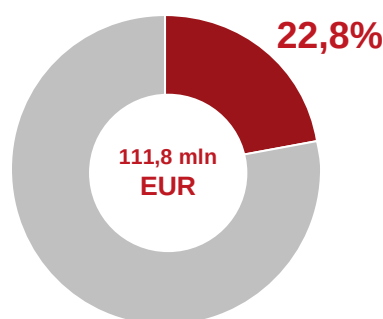
2012

448,5 mln EUR, w tym:



2013

491,4 mln EUR, w tym:



■ Produkty branży spożywczej ■ Pozostałe produkty

50% wzrost eksportu

W latach 2011-2013 wyraźnie wzrósł eksport produktów spożywczych, z 86 do 112 mln euro, utrzymując stabilny udział ok. 20% w eksporcie województwa.

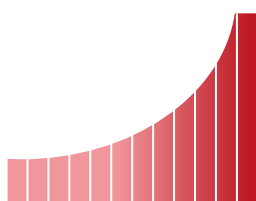


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.

Zmiana w wartości importowanych produktów z branży rolno-spożywczej w Niemczech

98,32 mld EUR

2013



2010

83,28 mld EUR

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych International Trade Centre; stan na wrzesień 2014 r.

Sytuacja w branży

Niemiecki rynek detaliczny charakteryzuje się jednym z najwyższych w Europie udziałów dyskontów – posiadają 34% udziału w kategorii wartości. Ma to istotny wpływ na sposób negocjowania umów z poddostawcami oraz na strategię promowania własnych marek produktów wprowadzanych na rynek. Rośnie jednak udział w rynku sklepów specjalizujących się w wąskim segmencie rynku, np. sklepów z żywnością organiczną, ekologiczną, czy regionalną. Choć przemysł rolno-spożywczy w Niemczech jest silny, to stwarza on możliwości wejścia na rynek detaliczny producentom z zagranicy. Dla przeciętnego niemieckiego konsumenta liczy się przede wszystkim stosunek ceny do jakości oraz zagadnienia związane ze zdrową dietą.



Czy wiesz, że...?

... Niemcy są największym rynkiem żywności organicznej – obrót tego segmentu wyniósł w 2013 roku 7,55 mld euro.

Uwarunkowania prawne

Polskę jako członka UE nie obowiązują licencje importowe – produkty dopuszczone do handlu na rynku krajowym są automatycznie dopuszczone na innych rynkach Wspólnoty. Naszych przedsiębiorców nie obowiązują także odprawa celna oraz cła. Przepisy te obowiązują osoby fizyczne z obywatelstwem kraju UE oraz osoby prawne i spółki z siedzibą na terytorium Wspólnoty. Obowiązek uzyskiwania pozwoleń ogranicza się do kilku wskazanych grup towarów, objętych tzw. kontyngentem, np. tekstyliów czy wyrobów stalowych. Pozwoleń na przywóz towarów przemysłowych udziela Federalny Urząd ds. Gospodarki (Bundesamt für Wirtschaft) w Eschborn.

Pewne ograniczenia oraz dodatkowe wymogi dotyczą jednak opakowań i oznakowania produktów kierowanych na rynek niemiecki. Według niemieckiego ustawodawstwa wszystkie produkty spożywcze muszą mieć etykiety w języku niemieckim. Skład produktu musi być wymieniony w kolejności procentowego udziału w wyrobie. Inne przepisy zabraniają na przykład sugerowania medycznych właściwości produktów spożywczych (z wyjątkiem żywności dietetycznej).

Szczegółowe informacje dotyczące rozpoczynania działalności gospodarczej w Niemczech są dostępne na stronie internetowej:

www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/Investment-guide/establishing-a-company.html

Potencjalni nabywcy

Według danych Euromonitora za rok 2012, statystyczny Niemiec przeznaczał 11,7% swojego domowego budżetu na konsumpcję towarów spożywczych (w tym napojów bezalkoholowych), co stanowiło około 2 116 euro. W ostatnich latach w największym stopniu rosła konsumpcja schłodzonej żywności, gorących i zimnych napojów bezalkoholowych oraz lodów. Może to wskazywać, że przeciętny konsument poszukuje produktów gotowych do spożycia od razu lub po podgrzaniu. Duży wzrost zapotrzebowania dotyczył także produktów mlecznych, mrożonek oraz mięsa.

Charakterystyka certyfikatów

Niemcy, jako państwo członkowskie UE, obowiązują europejskie dyrektywy i regulacje, również te dotyczące importowania produktów rolno-spożywczych. Poszczególne produkty podlegają innym obowiązkom certyfikowania i oznaczania, stąd też wymagane jest zapoznanie się z odpowiednimi regulacjami.

Istnieją też certyfikaty nieobowiązkowe, lecz cenne pod względem marketingowym, np. Europejski Certyfikat Żywności Organicznej.

Strony internetowe, pod którymi można znaleźć stosowne informacje:

www.bio-siegel.de – strona internetowa certyfikatu Bio-Siegel, przyznawanego w Niemczech od 2001 roku, który do dziś jest najpowszechniej wykorzystywanym symbolem do oznakowania żywności ekologicznej (tylko niemiecka wersja językowa),

www.bmel.de/EN – strona internetowa niemieckiego Ministerstwa Polityki Żywnościowej i Rolnictwa.

Informacje na temat certyfikatów można uzyskać także w polskich instytucjach publicznych – dane kontaktowe znajdują się na ostatniej stronie broszury

Główne organizacje branżowe

- Zrzeszenie Niemieckich Producentów Żywności i Napojów – **BVE** (The Federation of German Food and Drink Industries) – głównym zadaniem organizacji jest reprezentowanie interesów producentów krajowych oraz zagranicznych. Dodatkowo organizacja służy jako platforma do tworzenia kontaktów biznesowych
- Państwowe Biuro Ochrony Konsumentów i Bezpieczeństwa Żywności – **BVL** (Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit) – państwowa organizacja wspierająca detalistów w branży spożywczej. Rolą organizacji jest reprezentowanie ich interesów, np. w kwestiach legislacyjnych, przed administracją państwową oraz opinią publiczną
- Zrzeszenie Niemieckich Hurtowników, Eksporterów oraz Firm Usługowych – **BGA** (Bundesverband Grosshandel, Aussenhandel, Dienstleistungen) – zajmuje się lobbieniem na rzecz interesów średnich przedsiębiorców z branży spożywczej
- Związek na Rzecz Prawa i Wiedzy w Zakresie Artykułów Spożywczych w Bonn – **BLL** (Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde)
- Związek Ekologicznej Gospodarki Artykułów Spożywczych w Berlinie – **BOELW** (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft)
- Federalny Związek Niemieckiego Przemysłu Produkcji Słodczy w Bonn – **BDSI** (Bundesverband Deutsche Süßwarenindustrie)

Główne imprezy oraz wydarzenia branżowe

Lista wybranych międzynarodowych imprez targowo-wystawienniczych w Niemczech w branży rolno-spożywczej

Nazwa targów	Miejsce	Termin	Adres internetowy
International Green Week	Berlin	styczeń	www.gruenewoche.de/en
Fruit Logistica	Berlin	luty	www.fruitlogistica.de
Biofach	Norymberga	luty	www.biofach.de
Anuga FoodTec	Kolonia	marzec	www.anugafoodtec.com

**Wydział
Promocji
Handlu
i Inwestycji
w Berlinie**

Ambasada RP w Niemczech
Leipziger Platz 2
Berlin 10117
Deutschland/Niemcy
www.berlin.trade.gov.pl

Francja

Republika Francuska (fr. République Française)

W 2013 roku Polska sprzedała do Francji towary za 8,4 mld euro, co stanowiło 5,6% całego eksportu naszego kraju, czyniąc z Francji czwartego największego odbiorcę polskich produktów. Międzynarodowy Fundusz Walutowy prognozuje, że w latach 2014-2019 wartość francuskiego importu będzie rosła w średnim tempie 3,5% rocznie.

Dlaczego warto eksportować do Francji



4. największy odbiorca towarów z Polski (Polska na 12. miejscu wśród największych dostawców do Francji).

3. miejsce wśród krajów europejskich, biorąc pod uwagę potencjał ekonomiczny (5. miejsce na świecie).

2. największy rynek w Europie pod względem ludności – ponad 65 milionów mieszkańców.



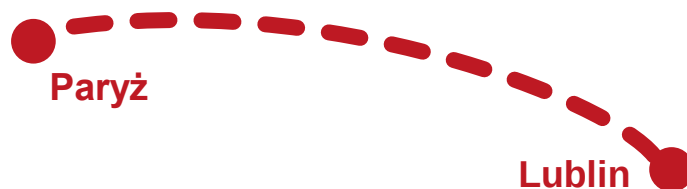
Jesteśmy firmą rodzinną, która w zakresie działalności międzynarodowej „eksportuje zdrowie”. Zajmujemy się uprawą, skupem i dystrybucją ziół, a od kilku lat gamę naszych produktów poszerzając soki z brzozy.

W związku z rosnącymi trendami konsumenckimi związanymi z dbaniem o zdrowie i dobre samopoczucie, w eksporcie naszych produktów upatrujemy możliwości dodatkowej promocji unikalnych produktów oraz istotnego źródła wzrostu.

Daniel Sidor
Dział Eksportu
HERBAR SP. Z O.O.

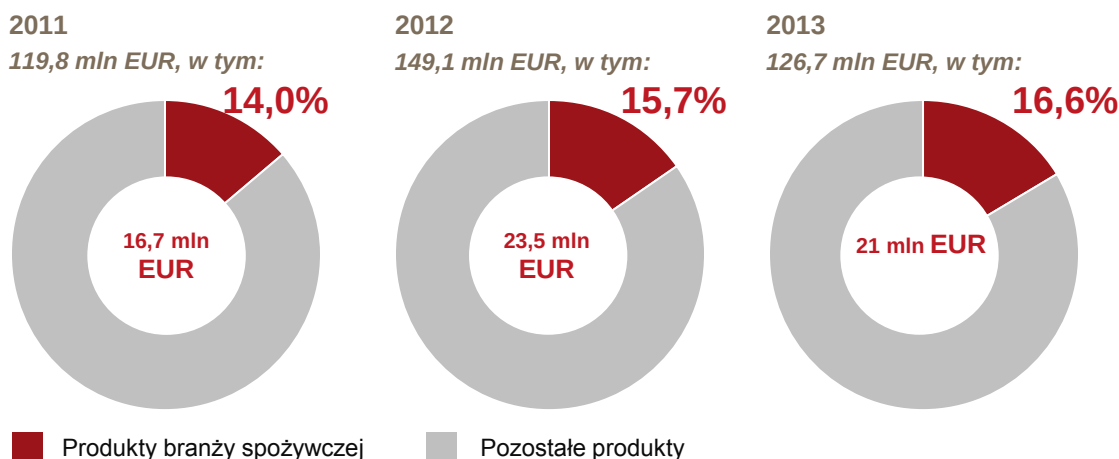


Stolica	Paryż
Ludność	65,6 mln
PKB per capita	33 221 EUR
Język urzędowy	francuski
Jednostka monetarna	euro (EUR)
Powierzchnia	551 500 km ²
Ustrój polityczny	republika semiprezydencka
Członkostwo w organizacjach	UE, G8, OECD, WTO



	Odległość w linii prostej	1 460 km
	Odległość drogowa	1 750 km
	Czas podróży: transport drogowy	ok. 17 h
	Czas podróży: transport lotniczy	ok. 4,5 h

Eksport województwa lubelskiego do Francji w latach 2011-2013



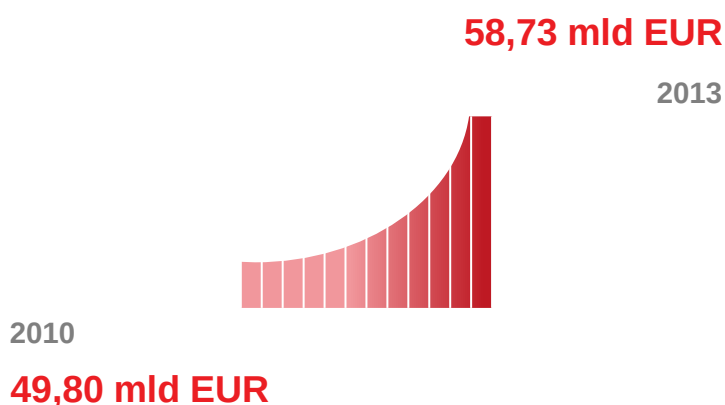
Stabilność

Eksport produktów branży spożywczej w latach 2011-2013 jest stabilny i pomimo spadku wartości w 2013 roku, zwiększył swój udział w całkowitym eksporcie województwa lubelskiego do Francji.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej; stan na sierpień 2014 r.

Zmiana w wartości importowanych produktów z branży rolno-spożywczej we Francji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych International Trade Centre, stan na wrzesień 2014 r.

Kwestie prawne

System podatkowy

Podstawowe przepisy dotyczące francuskiego systemu podatkowego znajdują się w Powszechnym Kodeksie Podatkowym (fr. Code Général des Impôts). Ponadto dla obywateli Polski oprócz francuskich przepisów kodeksowych istotne znaczenie mają postanowienia polsko-francuskiej umowy z dnia 20 czerwca 1975 roku odnośnie do zapobieżenia podwójnemu opodatkowaniu w zakresie podatków od dochodu i majątku. Wszelkie oficjalne informacje dotyczące systemu podatkowego we Francji, sposobów naliczania podatków itp. dostępne są na oficjalnych stronach internetowych administracji francuskiej:

www.budget.gouv.fr, www.comptes-publics.gouv.fr.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z polska.trade.gov, stan na grudzień 2014 r.

Dostęp do rynku

Francuskie Izby Przemysłowo-Handlowe (CCI – fr. Chambres de Commerce et d'Industrie) są organizacjami publicznymi samorządu gospodarczego, które wraz z izbami rzemieślniczymi i izbami rolniczymi stanowią ważne ogniwo instytucjonalne, głęboko zakorzenione w tradycji służby dla przedsiębiorstw. Izby usytuowane są na styku sektorów prywatnego i publicznego. Do ich głównych zadań należy reprezentacja całości działalności przemysłowej, handlowej i usługowej – przy jednoczesnym spełnianiu funkcji służb publicznych, poprzez działanie na rzecz promocji i rozwoju gospodarki francuskiej na szczeblu lokalnym i regionalnym, a także międzynarodowym. Francuskie Izby wspierają proces tworzenia firm (procedura założycielska, rejestr handlowy) oraz pomagają w ich rozwoju (dostęp do inkubatorów przedsiębiorczości, parków technologicznych, klastrów).

Ogólne warunki sprzedaży

We Francji ogólne warunki sprzedaży stanowią jeden z fundamentów umów zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami. Francuski Kodeks Handlowy wymaga od każdego producenta, usługodawcy, hurtownika lub importera, aby podał do wiadomości kupującego lub usługobiorcy ogólne warunki sprzedaży zawsze wtedy, kiedy spełnione są łącznie dwa warunki:

1. kupujący lub usługobiorca tego zażąda,
2. produkt lub usługa jest nabywana w ramach wykonywanej działalności zawodowej.

Na ogólne warunki składają się: warunki sprzedaży, tabele cen jednostkowych, obniżki cen oraz warunki płatności. Mogą być również umieszczone warunki dostaw i zwrotów, warunki ubezpieczeń oraz rozstrzygania sporów. **Ogólne warunki są punktem wyjścia dla wszelkich negocjacji handlowych.**

Potencjalni nabywcy

Według danych Euromonitora za rok 2012, statystyczny Francuz przeznaczał 13,7% swojego domowego budżetu na konsumpcję towarów spożywczych, w tym napojów bezalkoholowych, co stanowiło około 2 429 euro. W ostatnich latach popularność zyskują we Francji „dania gotowe” oraz schłodzona żywność. W rynku nabywanych produktów coraz większy udział zyskują także napoje oraz różnego rodzaju przekąski słone.

Charakterystyka certyfikatów

Francję, jako państwo członkowskie UE, obowiązują europejskie dyrektywy i regulacje, również te dotyczące importowania produktów rolno-spożywczych. Poszczególne produkty podlegają innym obowiązkom certyfikowania i oznaczania, stąd też wymagane jest zapoznanie się z odpowiednimi regulacjami.

Strony internetowe, pod którymi można znaleźć stosowne informacje:

www.dgccrf.minefi.gouv.fr – strona internetowa Generalnej Dyrekcji Konkurencji, Konsumpcji oraz Oszustw (Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) – tylko francuska wersja językowa).

www.agriculture.gouv.fr – strona internetowa francuskiego Ministerstwa Rolnictwa dotycząca certyfikatu organicznego pochodzenia produktów.

Informacje na temat certyfikatów można uzyskać także w polskich instytucjach publicznych – dane kontaktowe znajdują się na ostatniej stronie broszury

Główne organizacje branżowe

We Francji w obszarze artykułów rolno-spożywczych działa wiele organizacji mających na celu poszukiwanie innowacji i nowoczesnych rozwiązań. Do najważniejszych należą m.in.:

- Krajowe Stowarzyszenie Przemysłu Spożywczego – **ANIA** (Association Nationale des Industries Alimentaires) – instytucja odpowiedzialna za rozwój i ułatwienie możliwości funkcjonowania wszelkich firm z branży spożywczej na rynku francuskim
- Francuska Agencja Bezpieczeństwa Żywności – **ANSES** (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail) – instytut odpowiedzialny za ustanawianie kryteriów dotyczących bezpieczeństwa żywności oraz ich weryfikowanie czy kontrolę podmiotów działających na rynku francuskim
- Centrum Badań ds. Rolnictwa – **CIRAD** (Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement) – organizacja prowadząca badania w dziedzinie rolnictwa na terytorium Francji
- Francuskie Narodowe Centrum Badań – **CNRS** (Centre National de la Recherche Scientifique) – organizacja będąca odpowiednikiem Polskiej Akademii Nauk

Wydarzenia branżowe

Szczegółowe informacje na temat organizowanych we Francji imprez targowo-wystawienniczych można znaleźć na stronach internetowych: www.salons-online.com; www.salonsparis.ccip.fr

Lista wybranych międzynarodowych imprez targowo-wystawienniczych we Francji w branży rolno-spożywczej

Nazwa targów	Miejsce	Termin	Adres internetowy
SIA Międzynarodowy salon rolniczy	Paryż	luty/marzec	www.salon-agriculture.com
EUROPAIN Międzynarodowy salon pieczywa i sprzętu piekarskiego	Paryż	marzec	www.europain.com
INTERSUC Międzynarodowy salon cukierniczy	Paryż	marzec	www.salonboulangerie.com
VINEXPO Międzynarodowy salon wina i napojów alkoholowych	Bordeaux	czerwiec	www.vinexpo.com
SPACE – Salon hodowlany	Rennes	wrzesień	www.space.fr
SIAL Międzynarodowy salon rolno-spożywczy	Paryż	październik	www.sial.fr

**Wydział
Promocji
Handlu
i Inwestycji
w Paryżu**

Ambasada RP w Republice Francuskiej
86, rue de la Faisanderie
Paryż 75116
France/Francja
www.paris.trade.gov.pl

Arabia Saudyjska

Arabia Saudyjska (arab. As-Su'udijja)

Polska wymiana handlowa z Arabią Saudyjską kształtuje się na poziomie 0,25% ogółu eksportu naszego kraju. Wykazuje ona jednak dużą dynamikę, w okresie 2009-2013 wartość towarów eksportowanych do Arabii Saudyjskiej potroiła się. Pokazuje to, że polscy przedsiębiorcy w coraz większym stopniu dostrzegają atrakcyjność handlową tego egzotycznego kierunku.

Dlaczego warto eksportować do Arabii Saudyjskiej



381
mln EUR

To wartość polskiego eksportu w 2013 r. do Arabii Saudyjskiej, będącej jednym z istotniejszych pozaeuropejskich partnerów handlowych naszego kraju.

Jedno z najszybciej rozwijających się państw świata – roczne tempo wzrostu PKB na poziomie 3,8%.

50%

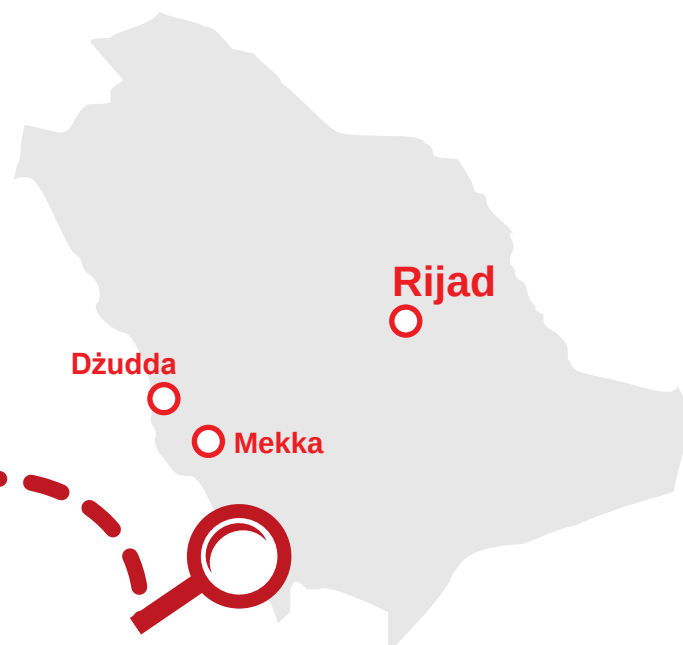
konsumpcji Arabii Saudyjskiej stanowi żywność importowana – kraj samodzielnie nie zaspokaja swoich potrzeb.

”

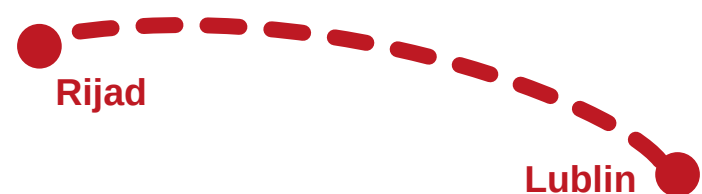
Od niemal 20 lat AMBRA S.A. – największy w Polsce producent, importer i dystrybutor win – obecna jest na rynkach zagranicznych. Zaopatrujemy klientów z niemal 30 krajów, dostarczając produkty do Rosji, Austrii, Szwecji, a nawet tak odległych zakątków, jak Arabia Saudyjska czy Nigeria oraz Kenia. Jesteśmy konkurencyjni, ponieważ dostarczamy wysokiej jakości produkty i jesteśmy w stanie sprostać indywidualnym oczekiwaniom partnerów biznesowych, m.in. w zakresie niestandardowych opakowań. Dzięki ekspansji rynkowej podnosimy swoje kompetencje i zwiększamy międzynarodową świadomość polskich marek.

Tadeusz Tyszkó
dyrektor sprzedaży eksportowej
AMBRA S.A.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z International Trade Centre, stan na styczeń 2014 r.; Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.; Euromonitor International, stan na grudzień 2014 r.



Stolica	Rijad
Ludność	26 534 tysięcy
PKB per capita	40 385 EUR
Język urzędowy	arabski
Jednostka monetarna	rial saudyjski (SAR)
Powierzchnia	1 960 522 km ²
Ustrój polityczny	monarchia absolutna
Członkostwo w organizacjach	LPA, OPEC, WTO, ABEDA, AFESD

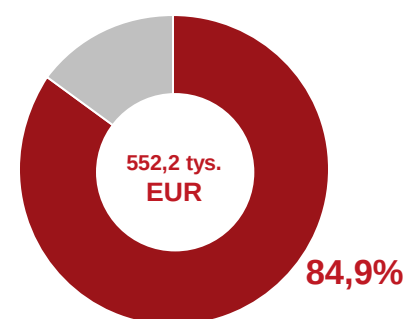


	Odległość w linii prostej	3 314 km
	Odległość drogowa	5 426 km
	Czas podróży: transport drogowy	ok. 60 h
	Czas podróży: transport lotniczy	ok. 10 h

Eksport województwa lubelskiego do Arabii Saudyjskiej w latach 2011-2013

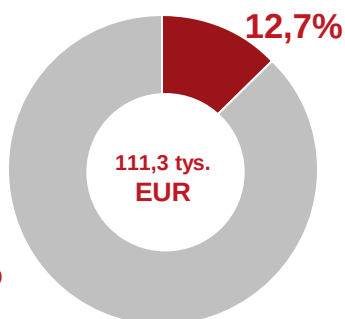
2011

650,3 tys. EUR, w tym:



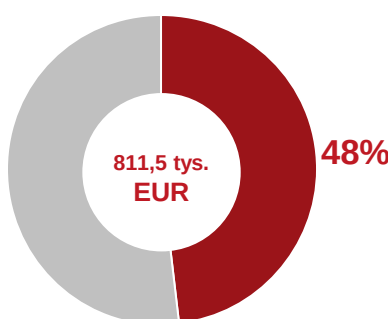
2012

878,9 tys. EUR, w tym:



2013

1 689,2 tys. EUR, w tym:



■ Produkty branży spożywczej ■ Pozostałe produkty

Dynamika

Udział eksportu branży rolno-spożywczej ulegał znacznym wahaniom, jednak jego wartość w roku 2013 była większa niż w 2011 roku o niemal połowę.

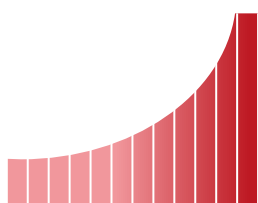


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej, stan na sierpień 2014 r.

Zmiana w wartości importowanych produktów z branży rolno-spożywczej w Arabii Saudyjskiej

20,27 mld EUR

2013



2010

14,24 mld EUR

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych International Trade Centre; stan na wrzesień 2014 r.

Kwestie prawne

System podatkowy

W Arabii Saudyjskiej nie istnieje ani podatek dochodowy od osób fizycznych, ani podatek od towarów i usług (VAT). Firmy zagraniczne obowiązują natomiast podatek dochodowy w wysokości 20%. Dla obywateli Polski oprócz saudyjskich przepisów kodeksowych istotne znaczenie mają postanowienia Konwencji podpisanej przez Rzeczpospolitą Polską i Królestwo Arabii Saudyjskiej 22 lutego 2011 roku w sprawie unikania podwójnego opodatkowania i zapobiegania uchylaniu się od opodatkowania w zakresie podatków od dochodu. Znaczenie ma także ustanowione w 1989 roku Porozumienie o Współpracy pomiędzy UE, a Radą Współpracy Zatoki Perskiej (GCC).

Wszelkie oficjalne informacje dotyczące prawa, w tym także podatkowego, są dostępne na stronie Biura Ekspertów przy Radzie Ministrów Królestwa Arabii Saudyjskiej: www.boe.gov.sa.

Dostęp do rynku

Fizyczna obecność jest bardzo ważnym elementem działalności biznesowej w Arabii Saudyjskiej. Obywatele Polski zobowiązani są do uzyskania wizy uprawniającej do wjazdu oraz pobytu. Aby otrzymać wizę biznesową, niezbędne jest zaproszenie wystawione przez saudyjską Izbę Przemysłowo-Handlową lub Ministerstwo Spraw Zagranicznych Arabii Saudyjskiej. Każdy przyjeżdżający musi także posiadać miejscowego sponsora, który ponosi za niego pełną odpowiedzialność. Dostęp do rynku ogranicza także restrykcyjne podejście SASO (Saudi Arabian Standard Organization), stosującej kosztowne i długotrwałe procedury kwalifikacyjne dopuszczania artykułów spożywczych do obiegu towarowego na lokalnym rynku saudyjskim. Szczegóły dotyczące zasad wizowych znajdują się na stronie ambasady: www.visa.mofa.gov.sa/visaServices

Ogólne warunki sprzedaży

W Arabii Saudyjskiej obowiązuje zakaz importu wieprzowiny i wyrobów z wieprzowiny, alkoholu oraz szeroko interpretowany zakaz przywożenia publikacji sprzecznych z islamem, co oznacza niejednokrotnie konieczność opracowania celowych materiałów promocyjnych i opakowań na rynek saudyjski. W Arabii Saudyjskiej funkcjonuje **islamski system bankowy**, stworzony na podstawie reguł finansowych opisanych w Koranie. Najważniejszą cechą bankowości islamskiej jest brak oprocentowania, a także dążenie do bardziej sprawiedliwej dystrybucji przychodów i zasobów.

Potencjalni nabywcy

Według danych Euromonitora za rok 2012, statystyczny mieszkaniec Arabii Saudyjskiej przeznaczał 25,8% swojego domowego budżetu na konsumpcję towarów spożywczych (w tym napojów bezalkoholowych), co wynosiło około 1 371 euro. Przy obecnym tempie wzrostu demograficznego kraju przewiduje się, że w roku 2016 populacja osiągnie poziom 30 milionów. Społeczeństwo to jest nie tylko młode (66% poniżej 29. roku życia), ale i szybko bogacące się. Roczna wartość importu spożywczego w 2013 roku wyniosła niemal 17,5 mld euro, a w przeciągu najbliższych 4 lat spodziewany jest 50-procentowy wzrost konsumpcji. Widocznym trendem jest także „europeizacja” kuchni oraz rosnące zainteresowanie kulturą zachodnią.

Charakterystyka certyfikatów

Królestwo Arabii Saudyjskiej wymaga, aby do wszystkich partii towarów przeznaczonych na eksport do tego kraju dołączano certyfikat zgodności (CoC). Potwierdza on zgodność produktów z właściwymi normami i przepisami technicznymi. Produkty spożywcze obłożone są dodatkową certyfikacją – między innymi wymaganiami dotyczącymi etykietowania, opisanymi w normie Gulf Standard 9/2007.

Potencjalni eksporterzy powinni mieć na uwadze, iż ze względów religijnych Arabia Saudyjska zakazuje przywozu napojów alkoholowych, wieprzowiny oraz pożywienia zawierającego produkty wieprzowe, tłuszczy wieprzowy czy żelatynę. W przypadku towarów drobiowych należy uzyskać odpowiedni certyfikat „Halal” – świadectwo uboju, wydawany przez Centrum Islamskie.

Wszystkie pozostałe informacje na ten temat znajdziemy w raporcie „Saudi Arabia: Food and Agricultural Import Regulations and Standards – Certification”, przygotowanym w 2013 roku przez Ambasadę USA w Rijad:

www.fas.usda.gov/data/saudi-arabia-food-and-agricultural-import-regulations-and-standards-certification

Informacje na temat certyfikatów można uzyskać także w polskich instytucjach publicznych – dane kontaktowe znajdują się na ostatniej stronie broszury

Główne organizacje branżowe

Identyfikacja organizacji branżowych z Arabii Saudyjskiej może przysporzyć trudności, ale o pomoc można zwrócić się do organizacji publicznych wspierających wymianę handlową tego kraju:

- Ministerstwo Handlu – **MCI** (Ministry of Commerce and Industry)
- Saudyjskie Centrum Rozwoju Eksportu – **SEDC** (Saudi Export Development Center)
- Saudyjska Rada Izb Przemysłowo-Handlowych – **CSC** (Council of Saudi Chambers)
- Izba Przemysłowo-Handlowa w Rijadzie – **RCCI** (Riyadh Chamber of Commerce and Industry)
- Izba Przemysłowo-Handlowa w Jeddah – **JCCI** (Jeddah Chamber of Commerce and Industry)

Cennym źródłem kontaktu może okazać się również **Polsko-Saudyjska Rada Biznesu**: www.polsaudbc.com



Czy wiesz, że...?

... wśród największych odbiorców produktów spożywczych z Europy, Arabia Saudyjska cechuje się jedną z największych stóp wzrostu eksportu – 16%.

Główne imprezy oraz wydarzenia branżowe

Lista wybranych międzynarodowych imprez targowo-wystawienniczych w Arabii Saudyjskiej w branży rolno-spożywczej

Nazwa targów	Miejsce	Termin	Adres internetowy
Saudi Food, Hotel and Hospitality Arabia	Dżudda	kwiecień	www.sfh-h-arabia.com
Saudi Agrofood	Rijad	październik	www.saudi-agrofood.com

Wydział
Promocji
Handlu
i Inwestycji
w Rijadzie

Ambasada Polska w Arabii Saudyjskiej w Rijadzie
P.O.Box 94016,
Riyadh 11693
Saudi Arabia/Arabia Saudyjska
www.polandembassy.org.sa



Oferowane usługi:

- Udzielanie informacji w zakresie niezbędnym do planowania, organizowania i realizacji eksportu i inwestycji poza granicami Polski, przekazywanie danych o uwarunkowaniach eksportowo-inwestycyjnych na rynkach zagranicznych
- Informowanie o bezpłatnych możliwościach promocji oferty eksportowej polskich firm na rynkach zagranicznych (m.in. za pośrednictwem WPHI Ambasad i Konsulatów RP)
- Udostępnianie informacji o zagranicznych branżowych imprezach targowo-wystawienniczych oraz misjach gospodarczych organizowanych z Polski i do Polski przez wyspecjalizowane instytucje
- Informowanie o aktywnych instrumentach wsparcia eksportu w obszarze finansowym, usługowym i instytucjonalnym

Dane kontaktowe

**Urząd Marszałkowski
Województwa Lubelskiego
w Lublinie**

Departament Gospodarki i Innowacji
Oddział Promocji Handlu i Inwestycji
ul. Stefczyka 3
20-151 Lublin
Tel. +48 81 537 16 51
e-mail: dpi@lubelskie.pl

**Centrum Obsługi
Inwestorów i Eksporterów**

Tel. +48 81 537 16 27
e-mail: coie@lubelskie.pl
www.lubelskie.coie.gov.pl

Centrum Obsługi Inwestora

Tel. +48 81 537 16 11
e-mail: coi@lubelskie.pl
www.invest.lubelskie.pl





UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt „Marketing Gospodarczy Województwa Lubelskiego” współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013