

ITCA 

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

1926

90

2016



Il mercato dei prodotti biologici in **POLONIA**

INCOMING OPERATORI ESTERI AL


sana

Bologna
venerdì 9
lunedì 12
settembre
2016

salone internazionale del biologico e del naturale



THE EXTRAORDINARY
ITALIAN TASTE



POLONIA

Nota

I Prodotti Agroalimentari Biologici in Polonia

ICE Varsavia: Luglio 2016

adres / kontakt
ICE Warszawa
ul. Marszałkowska 72, 00-545 Warszawa - PL
T +48 22.6280243 F +48 22.6280600
varsavia@ice.it www.italtrade.com/Polska

NIP 526-22-85-207

**ICE – Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane**
via Liszt 21, 00144 Roma, Italia
T +39 0659921
www.ice.it

Cod. Fisc. & Part. IVA IT12020391004

INDICE

Quadro macroeconomico del Paese	3
Premessa sul Settore in Polonia	5
Sistema di controllo e certificazione	6
La Produzione locale	6
Le Importazioni	12
Il Valore del mercato	12
Clienti	13
Canali commerciali e sistema distributivo	14
Potenzialità e ostacoli di sviluppo	15
Media e manifestazioni	16

Quadro macroeconomico del Paese

La Polonia negli ultimi anni ha tratto notevole beneficio dalle dimensioni territoriali e demografiche che la pongono al sesto posto fra i 28 Paesi dell'UE, favorita tra l'altro da una posizione geografica strategica che la colloca al centro di importanti direttrici europee nord-sud ed est-ovest.

La Polonia è diventato membro dell'Unione Europea dal 1° maggio 2004 è l'unico Paese europeo che nell'arco degli ultimi 5 anni ha sempre registrato il proprio PIL in crescita.

Tale fenomeno è dovuto perché è il più grande ed il più stabile dei mercati tra i Paesi UE Emergenti; è un mercato con fortissimi legami con quello tedesco; è un Paese che dal 2007 gode dei maggiori e cospicui finanziamenti europei ed è un Paese che adotta tuttora la propria valuta nazionale.

Grazie ad una dinamica di crescita nel 2014 e 2015 della domanda interna del +4,9% e 3,4%, degli investimenti del +9,8% e +6,1% ed al calo della disoccupazione a 11,5% e 10,3%, il PIL è risalito nel 2014 a +3,3% e nel 2015 a +3,6%, con la stima del FMI ancora a +3,6% nel 2016, anche per i nuovi Fondi europei del periodo 2014-2020 che stanno contribuendo soprattutto dal 2015 ad una maggiore espansione dell'economia, pur a fronte del contenimento del deficit che il Governo ha stabilito di raggiungere già nel 2014 e 2015. Prevista dal FMI, invece, una leggera flessione del PIL a +3,3% nel 2017 per la previsione meno favorevole della congiuntura internazionale.

L'afflusso complessivo degli IDE in Polonia nel periodo 1990-2014, quindi a partire dal primo anno dello storico passaggio all'economia di mercato, ha superato nel 2014 i € 183,6 miliardi, crescendo da € 175 miliardi nel 2013, € 172 miliardi nel 2012 e € 168 miliardi nel 2011. Nell'ultima classifica "Doing Business 2015" pubblicata dalla Banca Mondiale, su 189 Paesi la Polonia è salita alla 32° dalle posizioni 45° e 48° delle precedenti classifiche annuali (76° nel 2009).

COMMERCIO INTERNAZIONALE E RAPPORTI CON L'ITALIA

La Polonia, Paese UE, non presenta alcun problema doganale e vigono tutte le norme simbolizzate dal marchio CE.

Il commercio estero polacco rappresenta un'importante risorsa di sviluppo del Paese e secondo i dati statistici Ufficiali polacchi GUS, appena pubblicati, confermano che la Polonia scambia con l'UE poco meno del **59%** (import) e ben oltre il **77%** (export) dei suoi scambi internazionali. Secondo le prime stime sull'intero anno **2015**, il valore delle esportazioni pari a € 178,7 miliardi (+7,8%) registra per la prima volta un livello di crescita ben superiore al valore delle importazioni pari a € 175,0 miliardi (+3,9%).

Il **saldo commerciale**, riferito all'intero anno 2015, risulta per la prima volta positivo a € +3,7 miliardi, rispetto al 2014 (€ -2,6 miliardi) e al 2013 (€ -1,9 miliardi) per la maggiore crescita dell'export rispetto all'import ancora in crescita. Nell'anno 2012 era stato addirittura di € -10,6 miliardi. Influenti gli IDE 2015 - Investimenti Diretti Esteri nel Paese.

Gli acquisti **2015**, per l'86% riguardano le importazioni della meccanica strumentale (13,1%), elettrotecnica ed elettronica (12,9%), metallurgia, incluso utensileria e ferramenta (10,4%), chimica e farmaceutica (9,7%), agro-alimentare (9,1%), autoveicoli, trattori, motocicli (8,3%), minerali e combustibili (8,2%), articoli materie plastiche e gomma (7,5%) e sistema moda (6,8%).

Le forniture all'estero **2015** per il 78% evidenziano, invece, l'export di agro-alimentare (13,2%), meccanica strumentale (12,9%), elettrotecnica ed elettronica (12,1%), autoveicoli, trattori, motocicli (10,8%), metallurgia, incluso utensileria e ferramenta (9,9%), chimica e farmaceutica (6,6%), articoli in materie plastiche e gomma (6,9%) ed arredi (5,5%).

Nell'anno 2015, i **principali Paesi fornitori della Polonia** sono stati **Germania** (importazioni pari a € 40,0 miliardi, +7,8% rispetto a € 37,1 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 22,9% e 2014 del 22,0%), **Cina** (importazioni pari a € 20,3 miliardi, +15,8% rispetto a € 17,5 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 11,6% e 2014 del 10,4%), **Russia** (importazioni pari a € 12,9 miliardi, -25,9% rispetto a € 17,4 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 7,4% e 2014 del 10,3%) e **Italia (5,3%) in 4° posizione** (importazioni pari a € 9,3 miliardi, -2,1% rispetto a € 9,5 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 5,3% e 2014 5,6%).

Tra i **principali mercati di sbocco dell'export della Polonia**, nel 2015 emergono tra i **Paesi acquirenti Germania** (€ 48,5 miliardi con +11,2% rispetto a € 43,6 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 27,1% e 2014 del 26,3%), **Regno Unito** (€ 12,1 miliardi con +14,4% rispetto a € 10,5 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 6,8% e 2014 del 6,4%), **Repubblica Ceca** (€ 11,8 miliardi con +10,1% rispetto ai € 10,7 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 6,6% e 2014 del 6,5%), **Francia** (€ 9,9 miliardi con +7,0% rispetto a € 9,2 miliardi nel 2014 ed una 2015 e 2014 del 5,6%) e **Italia in 5° posizione** (€ 8,5 miliardi con +13,2% rispetto a € 7,5 miliardi nel 2014 ed una quota 2015 del 4,8% e 2014 del 4,5%).

Se considerato l'**Interscambio Polonia-Mondo**, nel 2015 l'**Italia risulta riconfermata il 4° Partner della Polonia** con € 17,8 miliardi (+4,7% rispetto a € 17,0 miliardi nel 2014) ed una quota del 5,0% (5,1% nel 2014). Rimangono salde in 1° posizione **Germania** con € 88,5 miliardi (+9,6%) ed una quota del 25,0%, **Russia** in 2° posizione con € 22,1 miliardi (+15,1%) ed una quota del 6,3% ed in 3° posizione **Cina** con € 18,0 miliardi (-26,1%) ed una quota del 5,1%.

Secondo i dati statistici Ufficiali polacchi GUS, le **importazioni dall'Italia**, dopo l'aumento nel 2011 (€ 8,2 miliardi e +7,7%) sono tuttavia leggermente in calo nel 2012 del -1,9% (€ 8,1 miliardi), pur confermandosi di intercettare appieno la crescente capacità di assorbimento e la domanda positiva del mercato polacco sia nel 2013 con € 8,3 miliardi (+3,4% rispetto al 2012 ed una quota del 5,3%) che nel 2014, raggiungendo il valore di ben € 9,5 miliardi, in crescita del +13,7% rispetto al 2013 ed una quota del 5,6% anch'essa in aumento. Nel **2015**, tuttavia, si evidenzia una diminuzione del -2,1% con **€ 9,3 miliardi** ed una quota leggermente in calo al 5,3%.

L'Italia, principale fornitore della Polonia in 4° posizione, in termine di analisi settoriale fa riferimento nel **2015** per il 75% alle forniture di **Meccanica Strumentale** per il 22,6% pari a € 2,1 miliardi in calo del -4,6% (€ 2,2 miliardi e +10,5% nel 2014 rispetto a € 1,9 miliardi nel 2013), Metallurgia inclusa ferramenta ed utensileria per il 12,5% pari a € 1,1 miliardi in calo del -1,6% (€ 1,2 miliardi e +3,3% nel 2014 rispetto a € 1,1 miliardi nel

2013), Autoveicoli, Trattori, Motocicli ed altri Veicoli terrestri per il 12,7% pari a € 1,2 miliardi in aumento del +6,4% (€ 1,1 miliardi e +0,1% nel 2014 rispetto a € 1,1 miliardi nel 2013), Articoli in Plastica e Gomma per il 9,5% pari a € 889 milioni in aumento del +2,5% (€ 867 milioni e +9,1% nel 2014 rispetto a € 795 milioni nel 2013), Chimica e Farmaceutica per l'9,2% pari a € 857 milioni in aumento del +6,8% (€ 802 milioni e +5,9% nel 2014 rispetto a € 758 milioni nel 2013) e Sistema Moda per l'8,3% pari a € 772 milioni in calo del -0,5% (€ 776 milioni e +7,5% nel 2014 rispetto a € 722 milioni nel 2013).

Le esportazioni polacche in Italia in crescita a € 7,3 miliardi nel 2011 (+2,8% rispetto a € 7,1 miliardi nel 2010) ma in calo nel 2012 a € 6,9 miliardi (-5,5%) ed ancora nel 2013 a € 6,7 miliardi (-3,7%) e nuovamente in aumento nel 2014 a € 7,4 miliardi (+10,0% rispetto al 2013) e nel **2015 a ben € 8,5 miliardi** (+13,2%), confermano **l'Italia quale 5° principale mercato di sbocco** sia nel 2015 che nel 2014 (6° nel 2013), soprattutto per il 77,4% di acquisti 2015 di **Autoveicoli, Trattori, Motocicli ed altri Veicoli terrestri** per il 20,6% pari a € 1.7 miliardi in aumento del +24,2% (€ 1,4 miliardi e +8,3% nel 2014 rispetto a € 1,3 miliardi nel 2013), **Agroalimentare** per il 16,3% pari a € 1,4 miliardi in aumento del +13,8% (€ 1,2 miliardi e +14,6% nel 2014 rispetto a € 1,1 miliardi nel 2013), **Meccanica Strumentale** per il 14,3% pari a € 1,2 miliardi in aumento del +14,4% (€ 1,0 miliardi e +18,2% nel 2014 rispetto a € 900 milioni nel 2013), **Elettrotecnica ed Elettronica** per il 10,2% pari a € 872 milioni in aumento del +13,0% (€ 771 milioni +3,4% nel 2014 rispetto a € 746 milioni nel 2013), **Metallurgia inclusa ferramenta ed utensileria** per l'8,4% pari a € 715 milioni e +5,3% (€ 679 milioni e +8,9% nel 2014 rispetto a € 623 milioni nel 2013) ed **Articoli in Plastica e Gomma** per il 7,6% pari a € 648 milioni e +10,2% (€ 588 milioni e +0,7% nel 2014 rispetto a € 584 milioni nel 2013).

Ancora confermato nel **2015 il saldo dell'interscambio a favore dell'Italia** per € +789 milioni, pur se diminuito del -60,2% rispetto a € +1,9 miliardi nel 2014, quando era cresciuto del +18,9% rispetto a € +1,6 miliardi nel 2013 (+47,4% rispetto a € +1,1 miliardi nel 2012), soprattutto a causa del maggiore aumento delle esportazioni polacche in Italia 2015 del **+13,2%** rispetto all'import polacco dall'Italia 2015 del **-2,1%**.

Comunque si tenga presente che dal 1° maggio 2004 d ell'ingresso nella UE il mercato polacco rientra tra quello del mercato unico europeo, pertanto:

- lo scambio con l'Italia è libero e regolato dalle normative intracomunitarie, incluse quelle sull'IVA;

Premessa sul Settore in Polonia

Il settore agroalimentare in Polonia è in forte sviluppo, sia dal lato della produzione, che della domanda. L'afflusso di fondi strutturali dell'Unione Europea ha influito positivamente sul lato della produzione agricola che ha aumentato quantità e qualità delle produzioni, mentre l'aumentato livello di reddito disponibile ha aumentato la richiesta di prodotto sia locale che di importazione.

In questo contesto le produzioni di prodotti biologici, nel decennio 2004 2014 sono quasi decuplicate, così come è aumentata l'attenzione dei consumatori alla filiera della produzione ed ai contenuti dei prodotti sia agricoli che trasformati.

Tale attenzione non sempre si traduce in un consumo del prodotto biologico, sia per l'assenza di un'informazione corretta sulle caratteristiche dello stesso e su come riconoscerlo fra altri prodotti, che per l'alto differenziale di prezzo con i prodotti che, a ragione o torto, si presentano come tali.

Nonostante questa mancata informazione o consapevolezza in Polonia il consumo dei prodotti biologici è in netta crescita e, oltre ai negozi specializzati, anche le catene e la GDO hanno corner dedicati al biologico.

Sistema di controllo e certificazione

Le Leggi nazionali riguardanti la produzione biologica sono conformi al 100% alle relative direttive UE.

Il sistema di controllo delle coltivazioni e dei prodotti biologici in Polonia è supervisionato:

- dal Ministero dell'Agricoltura e dello Sviluppo della Campagna che autorizza le unità certificanti ad operare sul mercato polacco;
- dall'Ispettorato della Qualità dei Prodotti Alimentari, che controlla sia le unità certificanti sia i terreni dedicati alla produzione biologica nonché società di trasformazione biologica;
- dalle Unità Certificanti che sono abilitate ai controlli ed al rilascio dei certificati.

Attualmente in Polonia operano 10 Unità Certificanti.

La Produzione locale

I dati, raccolti dall'IJHAR-S (Agricultural and Food Quality Inspection Service)¹, mostrano chiaramente il rapido e continuo sviluppo delle superfici destinate alla coltivazione biologica. Emerge, infatti, che dal momento dell'entrata della Polonia nell'UE nel 2004 si è registrato un notevole aumento delle aziende operanti nel settore biologico (coltivazione e trasformazione).

Si possono citare due fattori connessi a questa crescita:

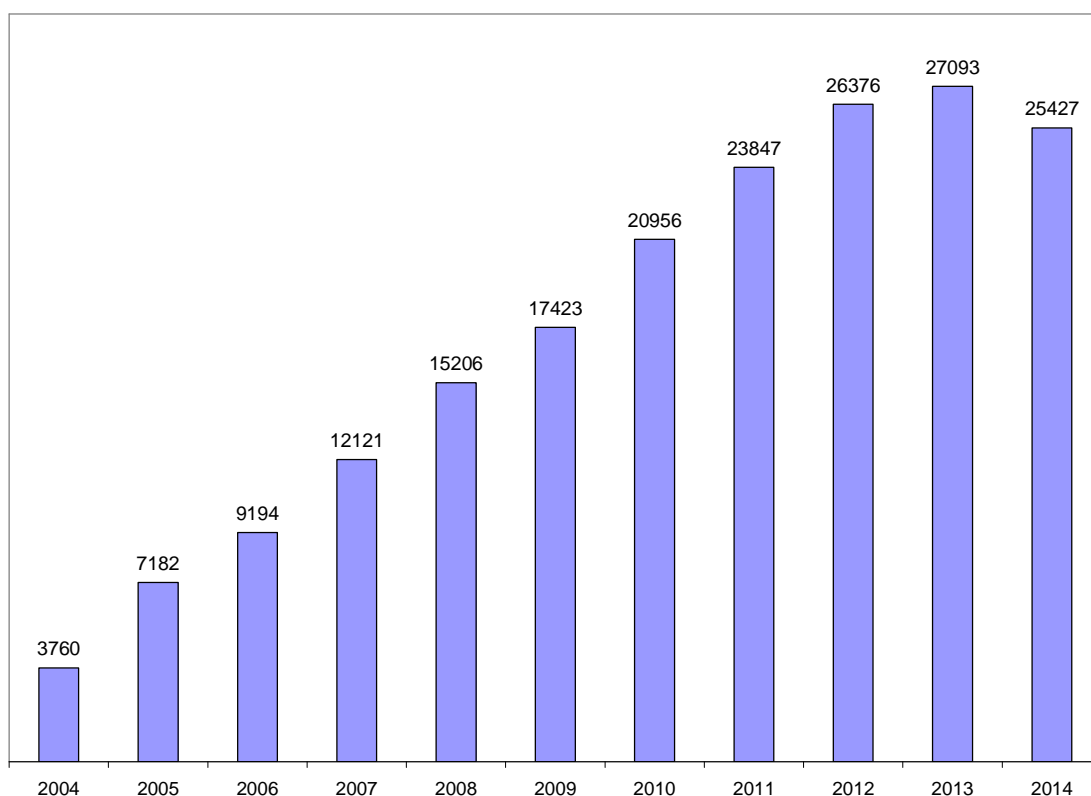
- apertura di nuovi mercati di sbocco;
- accessi ai sussidi dell'UE nell'ambito del Programma di Sviluppo delle Zone Rurali per la conversione delle colture.

¹ "Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2013-2014", Dati pubblicati sul sito della Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno Spożywczych

Le aziende bio polacche (agricole e di trasformazione) negli anni 90' erano soltanto 27 e sino al 2013 il numero cresceva costantemente anche se meno dinamicamente negli ultimi anni. Infatti, nel 2013 tale numero ha raggiunto le 27.093 unità rispetto alle 26.376 nel 2012, con un aumento contenuto del +2,7% in un solo anno.

Tale trend, nel corso dell'anno 2014, ha addirittura registrato un calo delle aziende bio operanti in Polonia, ammontato a 25.427 unità in calo per la prima volta del -6,1% rispetto al 2013.

Produttori biologici (agricoltori e trasformatori) in Polonia negli anni 2004-2014



Fonte: Rapporto IJHARS, dati pubblicati sul sito IJHARS

La maggior parte dei produttori biologici in Polonia sono produttori agricoli, con una quota in costante diminuzione pur ancora superiore al 97%, come segue:

- nel 2012 costituivano il 98,4% del totale (25.944 unità);
- nel 2013 costituivano il 98,2% del totale (26.598 unità);
- nel 2014 costituivano il 97,6% del totale (24.829 unità).

Gli altri operatori nel settore dei prodotti biologici in numero di 598 aziende nel 2014 sono costituiti, invece, da trasformatori di prodotti biologici ed importatori di prodotti biologici dai Paesi UE e dai Paesi terzi.

In totale, nel 2014 le 25.427 aziende polacche di prodotti biologici, confermano la Polonia in 3° posizione nell'Unione Europea, preceduta dalla Italia in prima posizione (43.852 aziende) e dalla Spagna in seconda posizione (30.462 aziende).

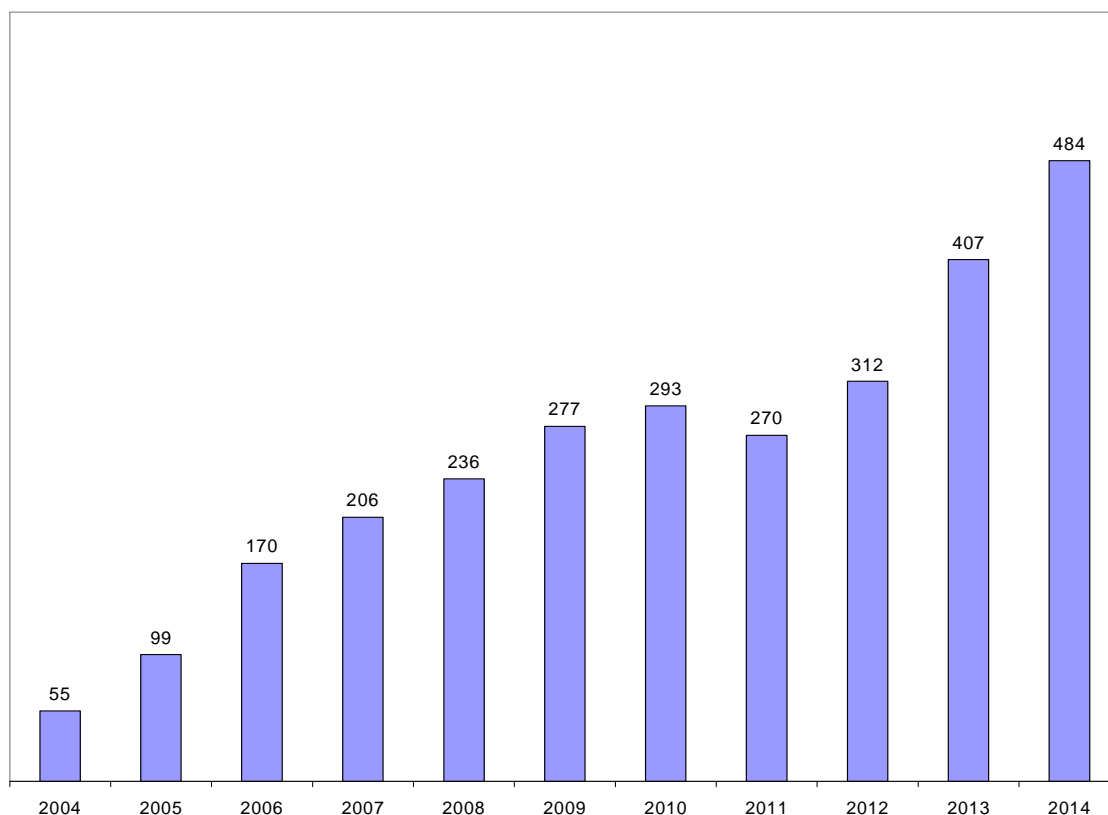
Per quanto riguarda soltanto i produttori agricoli di biologico, nel 2014 la maggior parte opera nelle Regioni di Warminsko-Mazurskie (Capitale Olsztyn con 4.244 aziende), Zachodniopomorskie (Capitale Szczecin con 3.549 aziende) e Podlaskie (Capitale Bialystok con 3453 aziende), tutte del nord del Paese.

Complessivamente i produttori agricoli di queste tre Regioni polacche costituiscono ben il 44,2% di tutti i produttori operanti nel 2014 in Polonia, rispetto al 39,2% nel 2012.

Come prima indicato, il 2014 ha registrato un calo nel numero dei produttori agricoli biologici che è diminuito del -6,6%, ammontando a 24.829 agricoltori rispetto a 26.598 agricoltori nel 2013 e, secondo gli esperti del settore, soltanto 2-3 mila di questi produttori agricoli biologici effettivamente forniscono i propri prodotti nel mercato.

Gli altri "diventano biologici" per ottenere i sussidi previsti nel Programma di Sviluppo delle Zone Rurali.

Trasformatori biologici in Polonia negli anni 2004-2014



Fonte: Rapporto IJHARS, dati pubblicati sul sito della IJHARS

Il grafico sopra indicato evidenzia la crescita dei trasformatori di biologico dal 2012.

Nel 2014, ultimi dati disponibili, operavano in Polonia 484 aziende trasformatrici di prodotti biologici, in aumento del +18,9% rispetto all'anno precedente.

Tali aziende della trasformazione dei prodotti biologici nel 2014 risultano principalmente localizzate nelle Regioni di Mazowieckie (107), Wielkopolskie (57) e Lubelskie (48) e, complessivamente, in queste tre Regioni del centro e sud del Paese rappresentano il 43,8% di tutti i trasformatori operanti in Polonia nel 2014.

Oltre agli operatori agricoli e di trasformazione biologici, operano sul mercato anche dei "soggetti" prima indicati importatori e che si occupano delle seguenti attività:

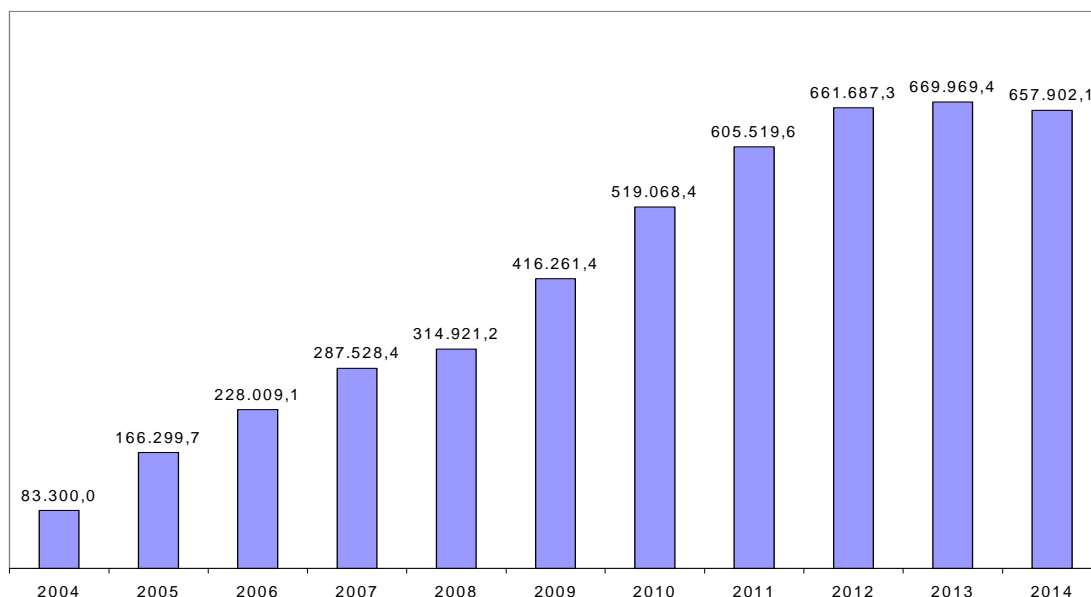
- 467 importatori di prodotti biologici sul mercato polacco da aziende biologiche UE;
- 68 importatori di prodotti biologici importati dai Paesi Terzi sul mercato polacco;
- 74 fornitori di sementi e materiale di moltiplicazione vegetativa;
- 36 raccoglitori di prodotti dallo stato naturale;
- 34 apicoltori;
- 7 acquacultori anche di alghe.

I trasformatori registrati in Polonia operano maggiormente in termini percentuali nei seguenti settori:

- trasformazione di ortofrutta (31,6%);
- produzione di altri prodotti agroalimentari (24,8%)
- trasformazione/produzione di prodotti a base di farina (23,6%);
- trasformazione di carne (7%);
- trasformazione di caffè e tè (5%);
- trasformazione di latte e produzione di formaggi (4,7%);
- trasformazione grassi vegetali ed animali (2,4%);
- trasformazione di mangimi per animali (0,6%);
- produzione di zucchero (0,3%).

Come da grafico della seguente pagina, nel 2014 la superficie agricola destinata alle colture biologiche in Polonia ha coperto 657.902,1 ettari.

La superficie dei terreni agricoli biologici in Polonia (ha)



Fonte: Rapporto IJHARS, dati pubblicati sul sito della IJHARS

Nel 2014 la superficie dei terreni agricoli in fase di conversione all'agricoltura biologica costituiva il 15,5% a fronte di una superficie di terreni agricoli biologici successiva alla fase di conversione dell'84,5%.

Struttura di terreni agricoli biologici in Polonia

Tipologia della coltivazione	Quota %
Piante per foraggio	35,8%
Prati e pascoli	30,2%
Cereali	18,4%
Frutteti, coltivazioni di frutta morbida	9,5%
Ortaggi	3,7%
Legumi	0,9%
Piante ad uso industriale	0,7%
Patate	0,4%
Altre coltivazioni	0,4%

Fonte: Rapporto IJHARS

Di rilievo il dato di produzione delle aziende agricole biologiche del 80,7% dei prodotti vegetali a fronte del 19,3% dei prodotti sia vegetali che animali.

Dimensione delle aziende agricole biologiche in Polonia (2014)

Superficie delle aziende agricole	Quantità	Quota %
TOTALE	24.829	100,0%
Fino a 5 ha	3.624	14,5%
5-10 ha	5.785	23,3%
10-20 ha	7.006	28,2%
20-50 ha	5.028	20,3%
50-100 ha	2.228	9,0%
Oltre 100 ha	1.158	4,7%

Fonte: Rapporto IJHARS

Sulla dimensione delle aziende agricole biologiche i dati prima indicati confermano una stabilizzazione nella crescita di quelle “medie” di 10-20 ha. ed in ogni caso tutte le aziende fino a 20 ha. costituiscono il 66,1% del totale.

Infine, si evidenziano i dati di produzione (ultimi disponibili) dei due principali prodotti biologici in Polonia, relativi al latte ed ai trasformati di frutta.

Produzione di alcuni prodotti biologici in Polonia

Prodotto	2013	2014	Variazione '14/'13
Latte	273.241,9 hl	252.367,6 hl	-7,6%
Trasformati di latte e formaggi	900,9 t	1.093,4 hl	+21,4%
Trasformati di ortofrutta	709.375,8 t	383.924,8 t	-45,8%

Le Importazioni

Non esistendo voci doganali dedicate ai prodotti alimentari biologici e non è possibile riportare i dati sulle importazioni polacche di tali prodotti.

La Polonia, facendo parte dell'UE dal 2004, registra solamente le importazioni dei prodotti biologici dai Paesi Terzi, non elencati nella lista della Commissione Europea (allegato III del Regolamento della Commissione 1235/2008).

I prodotti biologici ammessi alla vendita in uno dei Paesi membri possono circolare liberamente in tutta l'UE.

Per quanto riguarda l'anno 2013, dato utile ai fine della presente analisi di mercato, l'Ispettore dell'Agricultural and Food Quality Inspection (IJHARS) ha rilasciato i seguenti permessi per l'importazione dei prodotti biologici dai Paesi terzi per i seguenti prodotti:

- 400 tonnellate di tè Pu Erh dalla Cina;
- 102 tonnellate di vari tipi ed erbe e spezie dall'Egitto;
- 158.000 litri di vino biologico dal Cile;

Invece nel 2014 l'Ispettore dell'Agricultural and Food Quality Inspection (IJHARS) ha rilasciato solamente un permesso per l'importazione di 1.334.000 litri di vino dal Cile.

Il Valore del mercato

Come per le importazioni anche per quanto riguarda la ricettività del mercato polacco non ci sono analisi e dati ufficiali specifici su Settore.

Secondo le stime del portale biokurier.pl, il valore stimato del mercato del bio in Polonia nel 2014 è ammontato a circa 700 milioni di Zloty (€ 159 circa) che costituisce soltanto meno dell'1% dell'intero mercato del food in Polonia.

Altre stime, calcolate dall'azienda Bio Planet (uno dei più grandi confezionatori e distributori dei prodotti bio in Polonia), il valore del mercato del bio in Polonia nel 2015 raggiungerebbe 770 milioni di Zloty (€ 175 milioni ca.), e nei prossimi due anni dovrebbe essere superato il valore di Zloty 1 miliardo (€ 227 milioni ca.).

Secondo alcune stime il consumo dei prodotti biologici cresce annualmente del 20%, ma in molti casi la dinamica della crescita è ancora più alta, da qui si potrebbe trarre la conclusione sia del consumo che il mercato dell'importazione dei prodotti biologici sia molto più ampio di quello che le stime sopra menzionate hanno valutato, forse con troppa prudenza.

Clienti

Secondo le ricerche svolte dalla SGGW (Warsaw University of Life Science) il target dei clienti per i prodotti alimentari biologici è composto principalmente da due gruppi di consumatori:

- I cosiddetti “tradizionalisti”, scettici verso gli additivi alimentari per il cibo nonché sospettosi sui fertilizzanti utilizzati nella coltivazione convenzionale. In questa categoria vengono inclusi anche i pensionati;
- I consumatori “salutisti”, orientati verso il cibo sano. Tali consumatori spesso hanno i figli piccoli, fanno parte della fascia di popolazione benestante ed istruita che abita nei quartieri più abbienti delle città, dove è più facile trovare i negozi specializzati nella vendita dei prodotti biologici.

Secondo l'azienda Bio Planet (grande azienda di confezionamento e distribuzione dei prodotti bio in Polonia, prima citata), i principali clienti per i prodotti bio in Polonia sono gli abitanti delle grandi città, le persone anziane e le persone “coscienti modicamente” come madri che allattano ed infine le persone che seguono diete specializzate.

Secondo l'indagine dall'Agencia Inquiry² il target dei clienti dei prodotti biologici è costituito principalmente da:

- donne tra i 30 ed i 50 anni,
- uomini tra i 30 ed i 40 anni.

I prodotti alimentari biologici che vengono acquistati maggiormente dai polacchi sono:

- Pane ed altri prodotti a base di farina;
- Uova;
- Tè;
- Prodotti lattiero - caseari;
- Salumi.

I prodotti biologici poco presenti sul mercato sono, invece, i seguenti:

- Carne e prodotti della sua trasformazione;
- Latte e prodotti lattiero – caseari;
- Piatti pronti.

Secondo la ricerca della Agenzia TNS Polska, il 30% dei polacchi dichiara di comprare prodotti biologici di cui il 4% dichiara che i prodotti biologici sono la base della propria dieta, il 26% dichiara di comprare i prodotti biologici occasionalmente ma vorrebbero farlo più spesso.

² “Rynek żywności ekologicznej w Polsce 2011”, Inquiry Sp. z o.o.

Risulta utile anche evidenziare la struttura sociale delle persone interessate agli alimenti biologici.

L'interesse agli alimentari biologici aumenta con il livello dell'istruzione ed il livello dei salari. Dichiara l'acquisto dei prodotti biologici il 15% delle persone con una istruzione primaria, il 23% con formazione professionale, il 37% con istruzione secondaria ed il 41% con formazione universitaria. È interessante ancora notare, secondo la ricerca della Agenzia TNS Polska, che i consumatori per gli alimenti biologici sono principalmente nelle città da 100.000 a 500.000 abitanti (39%) e non in grandi aree urbane (27%). I negozi con i prodotti ecologici cominciano ad apparire anche nelle città al di sotto di 100.000 abitanti.

I motivi della scelta dei prodotti biologici da parte dei polacchi (a selezione multipla) sono i seguenti:

- Gusto ed odore dei prodotti biologici – il 42% degli intervistati;
- Benefici per la salute dei prodotti biologici – il 39% degli intervistati;
- Pieno valore dei prodotti biologici – il 29% degli intervistati;
- Qualità dei prodotti biologici, sicurezza come sono stati prodotti – 24% degli intervistati.

Da una altra indagine effettuata dalla SGGW, le principali barriere per l'acquisto degli alimenti biologici sono:

- mancata conoscenza del “logo biologico” e del sistema di etichettatura di tale cibo e conseguente impossibilità di distinguere dal cibo “non bio” - 20% delle risposte;
- prezzi alti – 14% delle risposte;
- mancata informazione sull'ubicazione dei Punti Vendita – 14% delle risposte;
- mancata accessibilità a tali prodotti – 13% delle risposte;
- mancata fiducia nei prodotti bio – 4% delle risposte;
- sapore dei prodotti bio – 3 % delle risposte.

Canali commerciali e sistema distributivo

I prodotti alimentari biologici si possono acquistare attraverso i seguenti canali:

- Negozi specializzati. Il loro numero cresce ogni anno ed attualmente è calcolato in circa 800 unità. Alcuni formano catene di negozi specializzati (“Organic Farma Zdrowia” o “Zółty Cesarz”) e la più grande catena di negozi specializzati è rappresentata dalla “Organic Farma Zdrowia” che attualmente 37 punti vendita, nelle 9 maggiori città della Polonia. Alcuni negozi specializzati vendono anche on line. Varsavia è il più grande mercato per i prodotti biologici, solo in questa città operano ben 70 negozi specializzati;
- Vendita on-line con consegna a domicilio;

- Negozi al dettaglio tradizionali con stand o scaffali dedicati oppure semplicemente vicino ai prodotti convenzionali. Grazie a queste esposizioni, la disponibilità dei prodotti biologici è più ampia e, tuttavia, il cliente è costretto a fare maggiore attenzione al sistema di etichettatura di tali prodotti;
- Super e Ipermercati in scaffali, stand o reparti dedicati. In Polonia questo segmento è in forte sviluppo. Di solito in questo tipologia di Punti Vendita si trovano scaffali dedicati ai prodotti biologici pur se la gamma dei prodotti offerti non è molto ampia. Anche le catene tedesche di discount, Lidl e Kaufland, che appartengono allo stesso gruppo, hanno in offerta i prodotti biologici quali: l'ortofrutta biologica (carote, mele, patate, banane), prodotti lattiero-caseari biologici, cibo per bambini, succhi. Dalla esperienza di altri mercati maturi risulta che l'introduzione dei prodotti biologici nella GDO determina la crescita del settore, anche se l'offerta dei prodotti biologici in questi punti vendita è abbastanza limitata. Anche il leader di mercato della GDO, la portoghese Biedronka, presenta in vendita alcuni prodotti biologici e sta pensando di introdurre nel prossimo futuro anche i prodotti biologici sotto il proprio marchio "BioFarma Biedronki";
- Mercati (ortofrutticoli, etc.), direttamente dal produttore;
- Presso le aziende agricole biologiche/agricoltori biologici.

Infine, dalla ricerca condotta dalla Agenzia TNS Polka, emerge che i polacchi comprano i prodotti biologici presso:

- Negozi specializzati – 47% delle risposte;
- Produttori agricoli biologici – 27% delle risposte;
- Mercati – 22% delle risposte;
- Ipermercati – 16% delle risposte;
- Discount – 5% delle risposte;
- Internet, negozi on-line – 3% delle risposte.

Potenzialità e ostacoli di sviluppo

Come fin qui descritto ed analizzato, il mercato agroalimentare biologico in Polonia possiede un "forte potenziale di crescita", comunque, connesso alla crescita del reddito pro-capite ancora lontano dalla media UE, anche se ha superato, secondo fonti di stima locali, quello della Grecia e del Portogallo. La Polonia, infatti, è anche un Paese tradizionalmente agricolo che negli anni non solo ha convertito al bio molte delle sue coltivazioni ma ha anche puntato a differenziare la produzione per soddisfare le esigenze dei consumatori.

I consumatori polacchi fanno molta attenzione alla genuinità dei cibi ed alla loro provenienza, prediligendo i prodotti locali e facendo attenzione alle informazioni riportate sull'etichetta.

Ciò dimostra che lo sviluppo della produzione biologica ha ancora un potenziale di crescita che si basa anche sull'educazione del consumatore, a sua volta molto legata alle informazioni che si ricevono dalle Istituzioni e dai produttori.

Le principali barriere allo sviluppo del mercato agroalimentare bio polacco sono:

- La difficoltà di riconoscere i veri prodotti biologici a causa di insufficienti azioni di marketing, di informazione e di "istruzione" con conseguente scarsa sensibilità dei consumatori. In Polonia spesso si trovano dei prodotti alimentari con la scritta "sano", "naturale", "tradizionale" che imitano i prodotti biologici, e che in realtà non sono prodotti dall'agricoltura biologica. Solo il 12% dei polacchi è consapevole che i veri prodotti biologici devono portare il logo dell'UE che dal 1.07.2012 è l'unico logo valido per i prodotti biologici in tutti Paesi dell'UE;
- I prodotti alimentari biologici sono spesso confusi con gli alimenti prodotti secondo metodi tradizionali;
- I prezzi risultano "alti" rispetto agli stessi prodotti della produzione convenzionale e spesso maggiorati anche del 200-300%, specialmente in periodo di "crisi": prezzi "alti" anche dovuti agli alti costi di produzione, dispersione del mercato, debole organizzazione e mancato coordinamento della filiera. Secondo le analisi di settore, un consumatore medio polacco è in grado di pagare il 20-30% di più per i prodotti biologici rispetto a quelli convenzionali;
- Eccessiva burocrazia per gli operatori agricoli che vogliono diventare produttori biologici;
- Notevole livello di esportazione dei prodotti biologici. Il mercato polacco esporta gran parte della propria produzione agroalimentare biologica, essendo il mercato interno debole e la domanda interna identificabile e lontana dai luoghi di produzione, quindi, molti produttori preferiscono esportare la propria produzione piuttosto che investire nel mercato nazionale.

Potenzialità di sviluppo:

Cresce il numero dei consumatori consapevoli della qualità dei prodotti biologici e cresce, altresì, il numero dei consumatori diffidenti verso il cibo convenzionale, anche a causa degli ultimi scandali in Polonia connessi con l'uso del sale industriale negli alimenti, quali carne equina, nei trasformati di carne, nonché nei pesci non freschi venduti nei supermercati.

Anche se il mercato polacco rimane ancora molto distante dai mercati della vecchia UE per quanto riguarda la spesa media pro-capite per i prodotti biologici tuttavia si ritiene che investimento in questo mercato per tale tipologia di prodotti possano dare, nel medio periodo, risultati molto positivi.

Media e manifestazioni

Principali Fiere di settore

nome fiera	Natura Food
luogo	Łódź
periodicità e prossima edizione	annuale, 7-9.10.2016
descrizione profilo	Prodotti alimentari biologici
sito	www.naturafood.pl

nome fiera	Ecofamily
luogo	Kielce
periodicità e prossima edizione	annuale, 28-29.01.2017
descrizione profilo	Prodotti alimentari biologici
sito	www.targikielce.pl

nome fiera	Regionalia
luogo	Warszawa
periodicità e prossima edizione	annuale, aprile 2017
descrizione profilo	Prodotti alimentari biologici
sito	www.regionalia.com.pl

nome fiera	Ekogala
luogo	Rzeszów
periodicità e prossima edizione	annuale, 9-10,12 2016
descrizione profilo	Prodotti alimentari biologici
sito	www.ekogala.eu

Media di settore

titolo testata	Biokurier
Periodicità	3 volte all'anno
tiratura	10.000
target e tematica	Consumatori, Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, società di catering
sito	www.biokurier.pl

* * * * *

L'Agencia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

Per ulteriori informazioni ed assistenza sul settore contattare direttamente:

ICE-Agenzia di Varsavia
ul. Marszałkowska 72, 00-545 Warszawa - PL
T +48 (0)22 6280243 F +48 (0)22 6280600
varsavia@ice.it www.ice.it



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



ICE Agenzia - Roma
Ufficio Agroalimentare e Vini
agro.alimentari@ice.it

documento redatto da:

ICE Varsavia
varsavia@ice.it