



PUNTOS CLAVE

- **Crecimiento de la demanda de alimentos 2022**
- **Aumento de costes de producción en Polonia**
- **Mercado de productos ecológicos**
- **Novedades en gran distribución retail**

SECTOR ALIMENTACIÓN EN POLONIA



Junio 2022

Crecimiento de la demanda de alimentos 2022

Según la Oficina Central de Estadística de Polonia, las ventas minoristas a precios constantes de productos alimentarios, bebidas y tabacos **crecieron** en mayo un 8,2%, consolidando las subidas de abril (+19%) y marzo (+9,6%). Factores como el incremento de la población derivado de la afluencia de ucranianos al país y el casi mantenimiento del poder adquisitivo a pesar de la inflación han mantenido el mercado en una senda alcista.

Según datos del Ministerio de Agricultura de Polonia, durante el primer trimestre de 2022 han crecido las importaciones de este tipo de productos un 21,6% hasta los 7154,3 millones de €. En 2021 alcanzaron un total de 24.700 mill. de € (+8,6% respecto a 2020).

Los principales productos agroalimentarios importados por Polonia en el primer trimestre de 2022:

Clasificación nacional	Descripción grupo arancelario	Millones €
2309	Productos utilizados en la alimentación animal	361.5
0203	Carne de cerdo, fresca, refrigerada o congelada	332.7
2304	Tortas y otros residuos sólidos resultantes de la extracción de aceite de soja	323.3
0302	Pescado fresco o refrigerado, excepto los filetes	286.8
1806	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao	241.5
0304	Filetes de pescado y otra carne de pescado (picada)	208.8
0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscaras y cascarillas	200.6
2106	Preparaciones alimenticias no especificadas en otras partidas	193.4
0805	Cítricos, frescos o secos	149.3
2401	Tabaco sin elaborar; desechos de tabaco	139.4
1905	Pan, pastelería y galletas	135.3
1005	Maíz	123.7





SECTOR ALIMENTACIÓN EN POLONIA

En lo referente al comercio bilateral, España se sitúa como tercer proveedor de Polonia, habiendo crecido las importaciones polacas de productos agroalimentarios españoles un 19% respecto al mismo periodo de 2021. Por productos:

Clasificación nacional	Descripción grupo arancelario	Millones €
0805	Citricos, frescos o secos	69.6
0709	Otras verduras frescas o refrigeradas	56.3
0203	Carne de porcino fresca, refrigerada o congelada	44.9
0702	Tomate fresco o refrigerado	36.2
0707	Pepino y pepinillos frescos	18.6
0810	Otras frutas frescas	16.8
0705	Lechugas y achicoria	16.2
1905	Pan, pasteles, tartas y galletas	12.9
0704	Coles y coliflores	12.0
1302	Zumos y extractos de plantas, ...	8.2
2204	Vino de uvas	7.8

Por capítulos arancelarios, en 2022 los **productos agroalimentarios más** exportados de la Comunitat Valenciana a Polonia son los siguientes:

Sección	Descripción grupo arancelario	Millones €
08	Frutas y frutos comestibles, cítricos, melones o sandías	67.8
20	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	11.7
07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	8.7
21	Preparaciones alimenticias diversas	4.1

En lo que se refiere a la evolución de precios de algunos de los productos más exportados por la Comunitat Valenciana a Polonia, destacamos frutas frescas (+4.9%), verduras (+9%), embutidos (+10,7%), aceite (+32%), cafés (+12.8%).

Para las empresas suministradoras de la industria agroalimentaria, Polonia es un país con saldo comercial positivo, exportando en 2021 un total de 37200 mill. de € (a la UE un 73%) destacando los sectores: cárnicos y sus transformados (avícola, vacuno y porcino principalmente) por 7.000 mill. de €, cereales y sus transformados (4.700 mill €), tabacos y transformados (4.100 mill €), azúcar y transformados (2.800 millones €), lácteos (2.600 millones €) y pescado y transformados (2.400 mill €).

Aumento de los costes de producción de la industria agroalimentaria polaca de más de un 30%

Según el portal <https://biznes.newseria.pl/>, los costes para los productores polacos de alimentos aumentan entre un 30 y un 40%.

Las dos causas principales del aumento de costes de la industria agroalimentaria son el aumento de los precios de la energía y de las materias primas agrícolas. Sin embargo, mientras que los precios de los alimentos en tiendas han crecido un 13.5%, los costes de los productores han aumentado entre dos y tres veces más. Asimismo, los productores polacos también se quejan de la falta de ciertas materias primas y envases.

Según el presidente de la Federación Polaca de Productores de Alimentos, la inflación de los productores en la producción de alimentos supera definitivamente el 30-40%. Los precios de productos agrícolas básicos (trigo, centeno, carne de vacuno, cerdo, aves de corral, leche de vaca) crecieron 45% en un año, los cereales más de un 67%, la carne de porcino (30%), maíz (55%), leche (+40%) o patatas (+10,4%).



SECTOR ALIMENTACIÓN EN POLONIA



Mercado de productos ecológicos

Según el portal [Newseria Biznes - Noticias](#) el valor del mercado polaco de alimentos ecológicos se estima en 1.360 mill. de zlotys (unos 300 mill. de €). Aunque la cuota del mercado alimentario (sólo el 0,5%) es todavía residual, crece a un ritmo anual de dos dígitos, teniendo en cuenta la pandemia, la crisis de Ucrania y la alta inflación.

En el [artículo del portal especializado www.portalspozywczy.pl](#) citan que el 32% de los consumidores adquieren alimentos ecológicos al menos una vez a la semana, y otro 20% lo busca ocasionalmente.

A finales de 2021 existían en Polonia más de 20.000 explotaciones de agricultura ecológica, ocupando más de medio millón de Ha., predominando el cultivo de cereales, plantas para forraje, prados y pastos. Polonia es el noveno país de la UE en superficie, el séptimo en número de explotaciones y procesadores, y el decimocuarto en cuanto a volumen de ventas de agricultura ecológica.

El número de tiendas online especializadas en la venta de alimentos ecológicos se ha más que duplicado desde el comienzo de la pandemia. El año pasado, había unas 60 tiendas que vendían exclusivamente alimentos ecológicos por Internet, y unas 90 que combinaban esa venta con operaciones en establecimientos fijos. Este tipo de oferta ya se ha introducido en las cadenas minoristas tipo Carrefour, Lidl, Dino o Biedronka.

La UE quiere que el 25% de la superficie agrícola se dedique a la producción ecológica en 2030. Este porcentaje es hoy en Polonia del 8,1%, donde sólo un 3,5% de las tierras agrícolas pertenecen a productores ecológicos. Por tanto, se prevé un gran crecimiento debido a la aplicación de la estrategia de la UE para la agricultura ecológica.

Movimientos en la gran distribución agroalimentaria retail en Polonia

Stokrotka abrirá 150 nuevas tiendas de diferentes formatos en 2022. A finales de 2021, operaban en Polonia 806 tiendas Stokrotka, el mayor número de ellas en formato de supermercado (360), el resto son tiendas de conveniencia (446) de pequeño tamaño.

Jeronimo Martins SA – Propietario de la cadena de supermercados más popular (Biedronka), factura 14500 millones de € y dispone de 3250 supermercados en Polonia. Pretende afianzar el crecimiento de sus ventas online, para lo cual ha firmado acuerdo con la plataforma Glovo y ha potenciado su marca Biek Express, así como seguir mejorando la calidad de sus productos.

Zabka - Es en estos momentos el colíder en su segmento en el país, pequeñas tiendas de conveniencia de hasta 100 m2, con más de 8400 establecimientos (7000 en régimen de franquicia). Su estrategia de crecimiento es consolidar las aperturas en régimen de franquicia, completar el servicio de entrega a domicilio (asociación con Uber Eats) y la incorporación de dos empresas - Maczfit y Diety.pl - ed.), que disponen de sus propias plataformas de comercio electrónico.

Eurocash - Es el principal grupo de distribución de productos FCMG de Polonia, con unos 6.000 millones de EUR de facturación en 2021. Disponen de varias cadenas de distribución, destacando la red de tiendas de conveniencia ABC (9200 establecimientos), formatos de tamaño medio (Lewiatan, Eurosklep, Groszek y Gama) que suman 5570. Además, existen los *Delikatesy Centrum*, con 3200 tiendas, recientemente han adquirido la cadena Arhelan (100) ...

Para 2022 pretenden continuar la expansión de su ex-supermercado *Frisco* (nº 1 en Polonia) a nuevas ciudades (Gdansk, Katowice o Sosnowiec), y potenciar el crecimiento de su cadena de tiendas especializadas en alcoholes *Duzy-Ben*, que ha duplicado su presencia en el país superando ya los 200 establecimientos.

El principal reto de la empresa es completar su transformación digital, que en la actualidad alcanza un 15% de su volumen de negocio, y conseguir un incremento a largo plazo de la participación de este canal de venta en su facturación global.

PKN Orlen - es la principal petrolera polaca, dispone de una red de 2.854 estaciones de servicio. En ella funcionan con éxito los puntos de venta *Stop.Cafe / Star Connect*. La empresa ha declarado que seguirá invirtiendo en adquisiciones a productores polacos de alimentos y productos de gran consumo. Disponen de 170 proveedores polacos, que aglutinan un 85% de su facturación productos alimentarios. PKN Orlen está desarrollando de forma dinámica su oferta de restauración basada en productos de alta calidad fabricados en el país.

