



ITALIAN TRADE AGENCY

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



THE EXTRAORDINARY  
ITALIAN TASTE

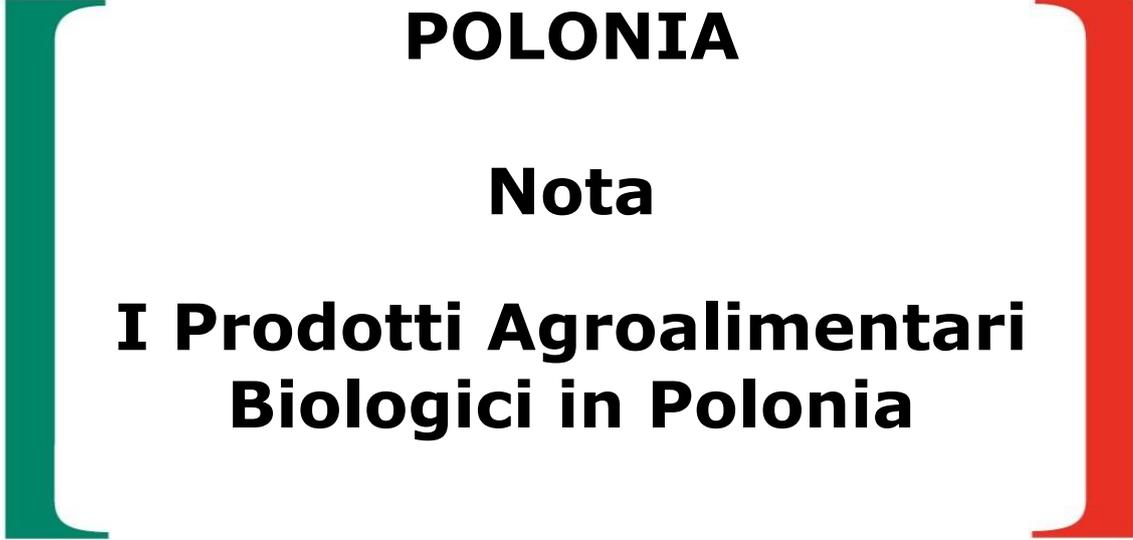
# Il mercato dei prodotti Agroalimentari Biologici in

# POLONIA

INCOMING  
OPERATORI ESTERI AL



30° salone internazionale  
del biologico e del naturale



# **POLONIA**

## **Nota**

### **I Prodotti Agroalimentari Biologici in Polonia**

**ICE Varsavia: Agosto 2018**

*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](http://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](http://www.ice.it)

**Cod. Fisc. & Part. IVA IT12020391004**

## INDICE

<b>Premessa sul Settore in Polonia .....</b>	<b>6</b>
<b>Sistema di controllo e certificazione.....</b>	<b>7</b>
<b>La Produzione locale .....</b>	<b>7</b>
<b>Le Importazioni .....</b>	<b>13</b>
<b>Il Valore del mercato.....</b>	<b>13</b>
<b>Clienti.....</b>	<b>13</b>
<b>Canali commerciali e sistema distributivo .....</b>	<b>15</b>
<b>Potenzialità e ostacoli di sviluppo.....</b>	<b>16</b>
<b>Media e manifestazioni .....</b>	<b>17</b>

---

## 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.

Il Paese attrae il crescente interesse di aziende europee ed extra-europee (statunitensi, giapponesi, coreane e cinesi) operanti anche in settori ad alto contenuto tecnologico e dell'*outsourcing* (servizi informatici, telecomunicazioni, contabilità, ecc.), grazie non solo alla disponibilità e apertura delle Autorità polacche verso gli investimenti esteri e alle agevolazioni fiscali e logistiche offerte nelle Zone Economiche Speciali – Z.E.S. (prorogate al 31.12.2026) ma anche alla presenza di manodopera giovane e qualificata e alla disponibilità di ingenti risorse finanziarie derivanti dal bilancio UE.

La Polonia è diventato membro dell'Unione Europea dal 1° maggio 2004 e se da un lato è uno dei Paesi meno ricchi dell'Europa, quart'ultimo tra i membri UE con un PIL pro capite inferiore 3 volte in termini nominali e 2 volte in termini reali (potere d'acquisto) rispetto a quello Italiano, d'altro lato è l'unico Paese europeo che nell'arco degli ultimi 5 anni ha sempre registrato il proprio PIL in crescita pur se a ritmi oscillanti.

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.

Nel 2017 si è registrata una crescita del PIL (4,6%) superiore a quella del biennio precedente. La spinta maggiore è stata data dall'aumento dei consumi privati (4,8%).

Nel corso dell'anno si è avuta una massiccia ripresa dei lavori legati a grandi progetti infrastrutturali finanziati dalla UE nell'ambito della prospettiva finanziaria 2013-2020, che avevano subito una battuta d'arresto nel 2015-2016.

La disoccupazione (il 6,6% pubblicato dal governo polacco, il 4,4% secondo Eurostat) è ai minimi storici e nelle principali aree industriali vi è carenza di manodopera di base, con conseguente, rapido, aumento dei salari.

I contrasti con l'Unione Europea hanno attivato un percorso che potrebbe, teoricamente, portare a sanzioni economiche, non sembrano influenzare il positivo andamento della congiuntura e l'attrattiva del Paese agli occhi degli investitori.

Importazioni ed esportazioni continuano ad aumentare, rispettivamente del 12,3% e del 10,2% e la bilancia commerciale polacca è in perfetto equilibrio.

In crescita l'interscambio con l'Italia che ha superato i 20 miliardi di Euro, con un saldo positivo per l'Italia pari a Euro 684 milioni, quarto paese fornitore e quinto Paese cliente.

In assoluto la Polonia è il 9 Paese-destinatario del Made in Italy.

Negli anni 2005-2008 lo Zloty ha mantenuto una valutazione crescente rispetto all'Euro sino a raggiungere i 3,3 Zloty per 1 Euro. Negli anni successivi vi è stato un ritorno ad un cambio superiore a 4 Zloty/Euro, sostanzialmente stabile dal 2011.

Attualmente il cambio si aggira attorno a PLN 4,20 = EUR 1,00

Le dichiarazioni del precedente Governo, incaricato per 8 anni, indicavano il 2016-2018 come la data più realistica per l'entrata nella zona Euro.

Il nuovo Governo, in carica dal novembre 2015, pare molto legato al mantenimento della valuta nazionale Zloty, ovvero, tutt'altro che favorevole ad un immediato ingresso nell'Area Euro, e pertanto rimanda la decisione a dopo il 2020.

Da notare, infine, che dalla fine del 2011 la Polonia rientra già nei parametri di Maastricht solamente per i tassi d'interesse a lungo termine e per il rapporto debito pubblico/PIL, che non supera il 60%.

## COMMERCIO INTERNAZIONALE

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 ed i dati statistici polacchi GUS, confermano che la Polonia scambia con l'UE quasi il 60% (import) e quasi l'80% (export) dei suoi scambi internazionali. Nel 2017 il valore delle esportazioni pari a € 203,7 miliardi (+ 10,2%) registra per il terzo anno consecutivo un livello superiore al valore delle importazioni pari a € 203,3 miliardi (+12,3%).

Di seguito alcune elaborazioni sulle statistiche settoriali relative all'andamento del **2017**.

Più precisamente il saldo commerciale, raggiunto nel 2017, risulta per il 3° anno consecutivo positivo pari a € 0,44 miliardi, rispetto a 3,92 miliardi nel 2016 ed a 2,35 miliardi nel 2015, nonché a -2,66 miliardi dell'ultimo saldo negativo nel 2014

Gli acquisti del **2017**, vedono in prima posizione le importazioni della meccanica strumentale (12,3%), elettrotecnica ed elettronica (11,7%), metallurgia con utensileria e ferramenta (10,8%), chimica e farmaceutica (10,1%), veicoli stradali (9,7%), agro-alimentare (9,3%), minerali e combustibili (7,9%), articoli materie plastiche e gomma (7,8%) e, infine, sistema moda (7,0%)

Le forniture all'estero nel **2017** evidenziano, invece, l'importanza di meccanica strumentale (13,4%), agro-alimentare (13,1%), veicoli stradali (11,8%), elettrotecnica ed elettronica (10,8%), metallurgia con utensileria e ferramenta (10,0%), articoli in materie plastiche e gomma (7,3%), chimica e farmaceutica (7,1%) ed arredi (5,8%).

Nel **2017**, i **principali Paesi fornitori della Polonia** sono stati **Germania** (importazioni pari a € 46,9 miliardi, +11,3% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 23,1%), **Cina** (importazioni pari a € 24,1 miliardi, +11,2% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari all'11,9%), **Russia** (importazioni pari a € 13,2 miliardi, +26,2% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,5%) ed **Italia in 4° posizione** con importazioni pari a € 10,7 miliardi, +6,1% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 5,3%.

Tra i **principali mercati di sbocco dell'export della Polonia**, nel 2017 emergono tra i **Paesi acquirenti Germania** (€ 55,8 miliardi con +10,3% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 27,4%), **Repubblica Ceca** (€ 13,0 miliardi

con +7,4% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,4%), **Regno Unito** (€ 12,9 miliardi con +5,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 6,4%), **Francia** (€ 11,4 miliardi con +12,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 5,6%) e **Italia in 5°posizione** (€ 10,0 miliardi con +13,3% al periodo analogo dell'anno precedente ed una quota pari al 4,9%).

## INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI (IDE)

La Polonia continua ad attrarre investimenti esteri, pur se gli anni 2012 e 2013 sono stato tra i più difficili. La Banca Nazionale Polacca (Narodowy Bank Polski - NBP) nella sua annuale relazione annuale sugli IDE in Polonia evidenzia infatti che l'afflusso netto di **IDE nel 2016** è stato pari ad oltre € 12,6 miliardi, dopo aver registrato € 12,2 miliardi nel 2015 e € 8,8 miliardi nel 2014.

Gli IDE di provenienza italiana posizionano l'Italia come il **10° Paese con € 7,4 miliardi** investiti in Polonia nel periodo 1990/2016), nel 2016 si è registrato un deflusso (disinvestimento) di € -378 milioni (l'anno in cui Unicredit ha venduto la maggioranza del suo pacchetto azionario nella Banca Pekao), dopo l'afflusso di investimenti di € 127 milioni nel 2015 e dopo l'afflusso di € 179 milioni.

Gli altri 9 principali Paesi investitori che precedono l'Italia, per valori accumulati dal 1990 al 2016, si confermano la **Germania**, in prima posizione con € 38,2 miliardi, la **Francia** con € 30,0 miliardi, i **Paesi Bassi** con € 25,1 miliardi, il **Lussemburgo** con € 18,5 miliardi, il **Regno Unito** con € 14,2 miliardi, gli **Stati Uniti d'America** con € 10,5 miliardi, la **Spagna** con € 9,9 miliardi, la **Svezia** con € 9,5 miliardi ed il **Belgio** con € 7,9 miliardi.

L'afflusso complessivo degli IDE in Polonia nel periodo 1990-2016, quindi a partire dal primo anno dello storico passaggio all'economia di mercato, ha superato gli € 208,3 miliardi, crescendo da € 196 miliardi nel 2015, € 183,5 miliardi nel 2014 e € 174,5 miliardi nel 2013. Nell'ultima classifica "Doing Business 2016" pubblicata dalla Banca Mondiale, su quasi 200 Paesi la Polonia è salita alla 25° dalle posizioni 32°, 45° e 48° negli anni scorsi, e 76° nel 2009.

## RAPPORTI ECONOMICI TRA L'ITALIA E POLONIA

I dati rilasciati dall'Ufficio di Statistica Polacco (GUS) confermano l'Italia il quarto fornitore della Polonia con le esportazioni pari a € 10,7 miliardi ed importazioni pari a € 10,0 miliardi, con un saldo positivo per l'Italia di € 684 milioni.

In termine di quote settoriali nel commercio bilaterale elaborate relativamente ai dati disponibili al **2017** l'Italia resta un importante fornitore nei seguenti settori: **Meccanica Strumentale** (il 19,9% pari a € 2,1 miliardi con una dinamica negativa del -2,1% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, preceduto da un aumento 2016/15 pari al +0,2% ed un calo 2015/14 pari al -1,6%), **Metallurgia** con ferramenta ed utensileria (il 14,1% pari a € 1,5 miliardi con una dinamica pari al 17,5% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, preceduto da un aumento pari al 7,7% nel caso 2016/15, ed allo 0,5% nel caso 2015/14), **Veicoli stradali** (il 10,7% pari a € 1,1 miliardi con una dinamica negativa del -11,6%, però positiva nel caso 2016/15 al +6,5% e nel caso 2015/14 pari a +8,7%), **Articoli in Plastica e Gomma** per il 10,0% pari a € 1,1

miliardi in aumento del +5,5%, il 10,4% nel caso 2016/15 ed il 5,3% nel caso 2015/14), **Chimica e Farmaceutica** (il 9,6% pari a € 1,0 miliardo, in aumento del +14,4%, preceduto da aumenti annui 2016/15 pari al 4,3% e 2015/14 pari al 7,2%), **Sistema Moda** (l'8,6% pari a € 921 milioni, con un aumento dell'1,8% rispetto al periodo analogo dell'anno precedente, con dinamiche 2015/14 e 2014/13 pari rispettivamente al 14,1% ed il 2,1%), **Elettrotecnica ed Elettronica** (l'8,2% pari a € 877 milioni con una dinamica del 5,3%, preceduto da aumenti annui 2016/15 pari al 6,8% e nel caso del 2015/14 imponente del 19,8%) ed in fine la filiera dell'**Agroalimentare** per un valore di € 833 milioni (7,8% del nostro export) con una crescita del 12,8% rispetto al 2016 ed una quota di mercato del 4,4%.

Le **esportazioni polacche in Italia** in continua crescita da 5 anni nel 2017 hanno raggiunto quasi € 10 miliardi (+13,3% rispetto all'anno precedente) confermano **l'Italia quale 5° principale mercato di sbocco** (dal 2014). In quest'ultimo periodo la struttura settoriale delle esportazioni polacche in Italia si presenta come segue. Al primo posto troviamo **Veicoli stradali** con € 2,1 miliardi (il 20,7% dell'export polacco in Italia, con una dinamica pari al +10,3%, il +5,5 nel 2016/15 ed il +25,8% nel 2015/14). Seguono: **Agroalimentare** con € 1,5 miliardi (il 15,2% dell'export polacco in Italia, registrando un forte aumento del 14,1% rispetto all'anno precedente, preceduto da un calo nel caso 2016/15 del -5,7% ed un aumento del 15,9% nel 2015/14), **Meccanica Strumentale** con € 1,4 miliardi (13,7% dell'export polacco in Italia, il +4,2% rispetto al 2016, ma anche il 6,2% nel 2016/15 e +15,9% nel 2015/14), **Elettrotecnica ed Elettronica** con € 1,1 miliardi (10,6% dell'export polacco in Italia, il +11,9% rispetto al 2016, preceduto dal +9,1 nel 2016/15 e +12,7% nel 2015/14), **Metallurgia** con ferramenta ed utensileria con € 896 milioni (9,0% dell'export polacco in Italia, con un imponente crescita del +38,4% rispetto al 2016, preceduto da un calo del -11,0% nel caso 2016/15 e da aumento del +7,2% nel caso 2015/14) ed il settore di **Articoli in Plastica e Gomma** con € 753 milioni (il 7,5% dell'export polacco in Italia, il +10,8% rispetto al 2016, il +3,0% nel caso 2016/15 ed il 12,2% nel caso 2015/14).

---

## 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 11 Unità Certificanti.

---

## **La Produzione locale**

---

I dati, raccolti dall'IJHAR-S (Agricultural and Food Quality Inspection Service)<sup>1</sup>, 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.

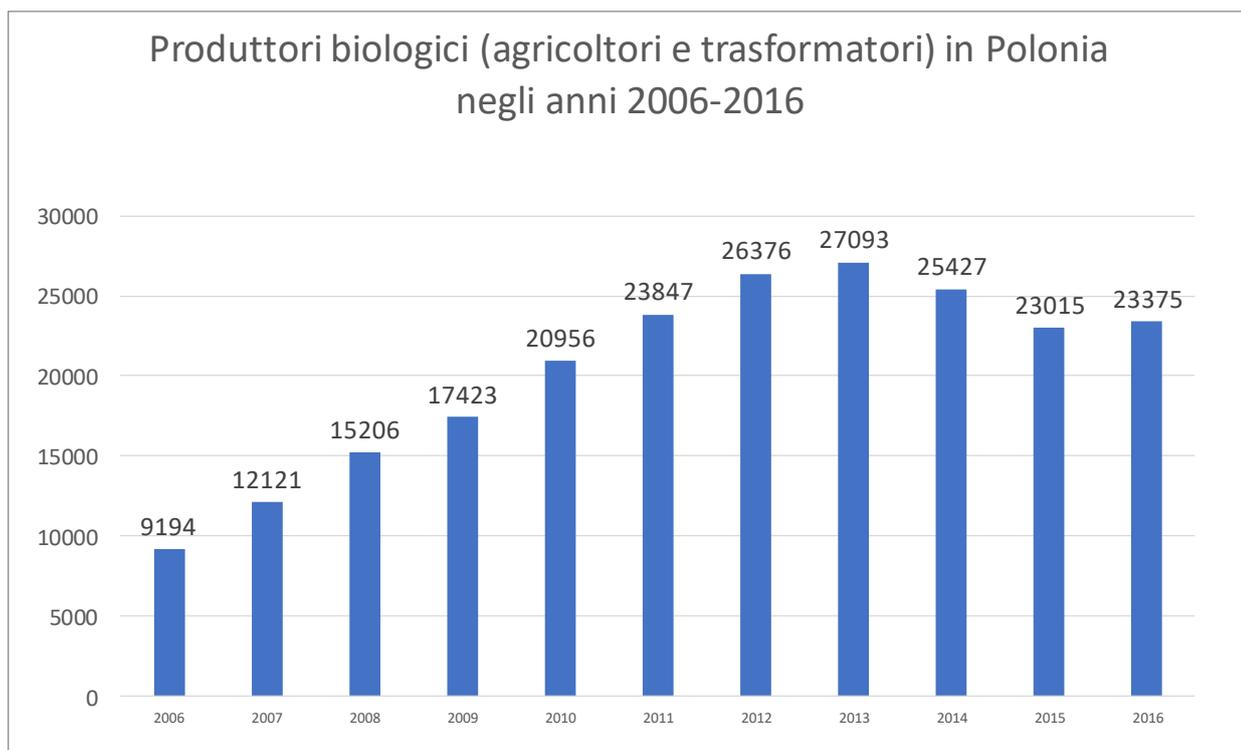
Le aziende bio polacche (agricole e di trasformazione) negli anni 90' erano soltanto 27 e sino al 2013 il numero cresceva costantemente anche se meno dinamicamente negli ultimi anni. Infatti, nel 2013 tale numero ha raggiunto le 27.093 unità rispetto alle 26.376 nel 2012, con un aumento contenuto del +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. Il calo ha proseguito anche nel 2015 invece nel 2016 si è registrata

---

<sup>1</sup> "Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2015-2016", Dati pubblicati sul sito della Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno Spożywczych (IJHARS) – Agricultural and Food Quality Inspection

una ripresa ed il numero delle aziende biologiche in Polonia è ammontato a 23.375 unità, registrando un aumento dell'1,6% rispetto all'anno precedente.



Fonte: IJHARS

La maggior parte dei produttori biologici in Polonia sono produttori agricoli, con una quota in costante diminuzione che nel 2016 ha raggiunto il 96%, 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);
- nel 2015 costituivano il 96,8% del totale (22.277 unità);
- nel 2016 costituivano il 96,0 del totale (22.435 unità).

Gli altri operatori nel settore dei prodotti biologici in numero di 705 aziende nel 2016 sono costituiti, invece, da trasformatori di prodotti biologici ed importatori di prodotti biologici dai Paesi UE e dai Paesi terzi.

In totale, nel 2015 le 22.277 aziende polacche di prodotti biologici, confermano la Polonia in 6° posizione nell'Unione Europea, preceduta dalla Italia in prima posizione (52.609 aziende), dalla la Spagna in seconda posizione (34.673 aziende), dalla Francia in terza (28.884 aziende), dalla Germania in quarta (25.078 aziende) e dall'Austria in quinta (23.070 aziende).

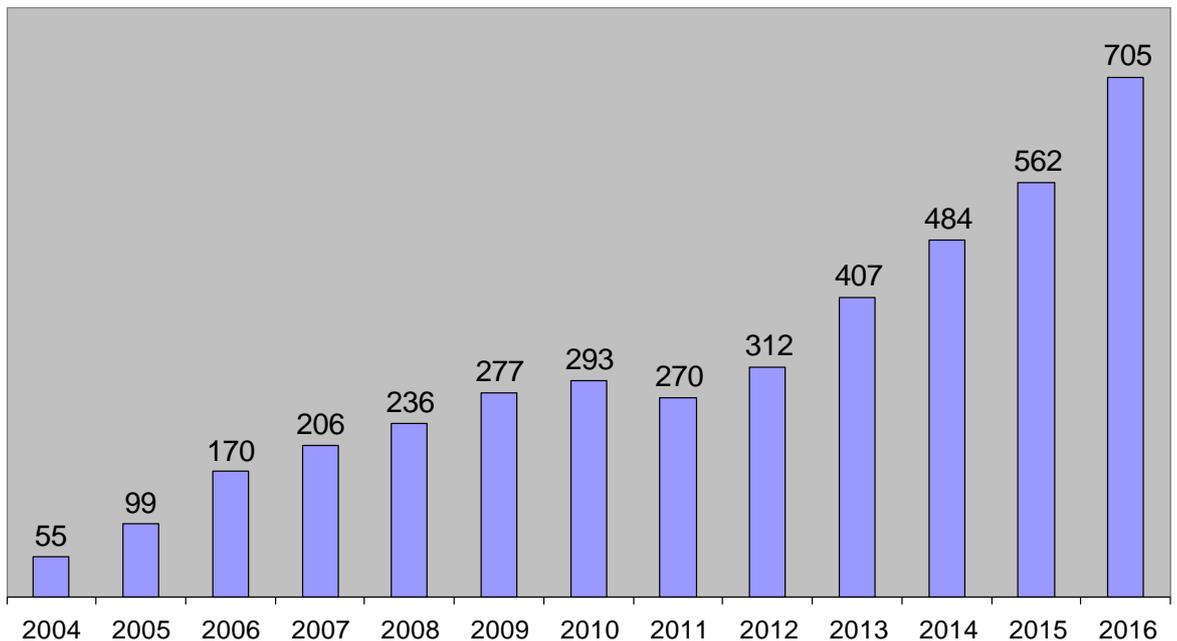
Per quanto riguarda soltanto i produttori agricoli di biologico, nel 2016 la maggior parte opera nelle Regioni di Warminsko-Mazurskie (Capitale Olsztyn con 4.142 aziende), Podlaskie (Capitale Bialystok con 3.437 aziende), Zachodniopomorskie (Capitale Szczecin con 2.573 aziende) tutte del nord del Paese.

Complessivamente i produttori agricoli di queste tre Regioni polacche costituiscono ben il 45,3% di tutti i produttori operanti nel 2016 in Polonia, rispetto al 46,5% nel 2015.

Come prima indicato, il 2016 ha registrato un aumento nel numero dei produttori agricoli di biologico che è cresciuto del +0,7%, ammontando a 22.435 agricoltori rispetto a 22.277 agricoltori nel 2015 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 2004-2016



Fonte: IJHARS

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

Nel 2016, ultimi dati disponibili, operavano in Polonia 705 aziende trasformatrici di prodotti biologici, in aumento del +25,4% rispetto all'anno precedente.

Tali aziende della trasformazione dei prodotti biologici nel 2016 risultano principalmente localizzate nelle Regioni di Mazowieckie (174), Wielkopolskie (80), Malopolskie (66) e Lubelskie (65). Complessivamente, in queste quattro Regioni del centro e sud del Paese rappresentano il 54,6% di tutti i trasformatori operanti in Polonia nel 2016.

Oltre agli operatori agricoli e di trasformazione del biologico, nel 2016 operavano sul mercato anche dei “soggetti” prima indicati importatori e che si occupano delle seguenti attività:

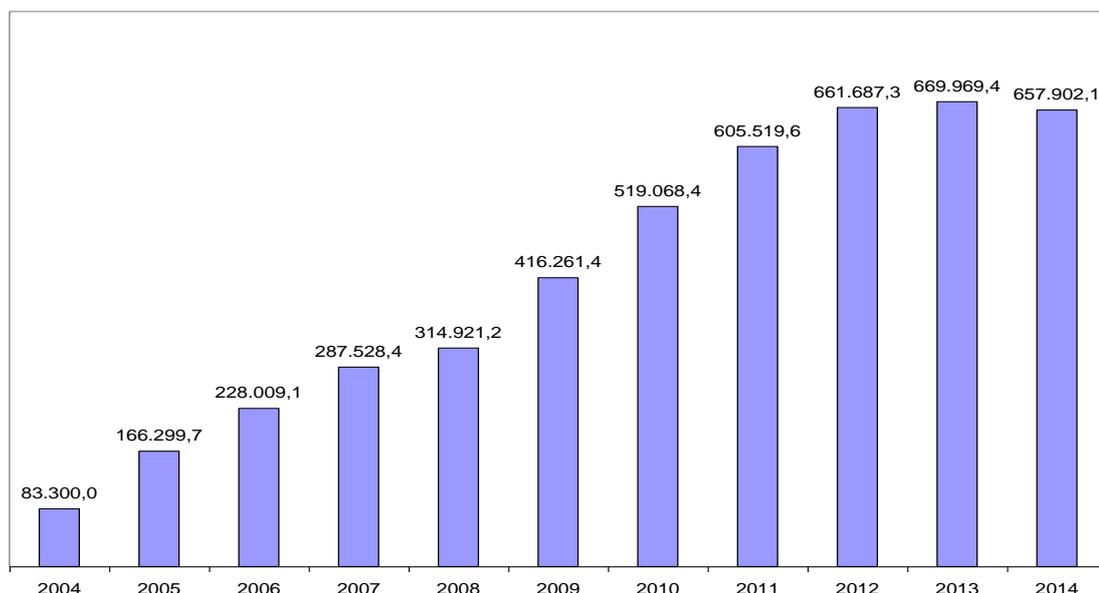
- 720 aziende che approvvigionano il mercato con i prodotti biologici escluso l'importazione dai paesi terzi;
- 143 fornitori di sementi e materiale di moltiplicazione vegetativa;
- 120 importatori di prodotti biologici importati dai Paesi Terzi sul mercato polacco;
- 37 raccoglitori di prodotti dallo stato naturale;
- 32 apicoltori;
- 5 acquacoltori anche di alghe.

I trasformatori registrati in Polonia operano maggiormente in termini percentuali nei seguenti settori (dati 2016):

- trasformazione di ortofrutta (31,1 %);
- produzione di altri prodotti agroalimentari (30,8 %)
- trasformazione/produzione di prodotti a base di farina (17,2 %);
- trasformazione di carne e pesci (6,1%);
- trasformazione di caffè e tè (4,9%);
- trasformazione di latte e produzione di formaggi (4,9%);
- trasformazione grassi vegetali ed animali (3,5 %);
- produzione di zucchero (1,5 %).

Come da grafico della seguente pagina, nel 2016 la superficie agricola destinata alle colture biologiche in Polonia ha coperto 536.579,22 ettari rispetto a 580.730,03 nel 2015, registrando un calo del -7,6%.

**La superficie dei terreni agricoli biologici in Polonia (ha)**



**Fonte: Rapporto IJHARS, dati pubblicati sul sito della IJHARS**

Nel 2016 la superficie dei terreni agricoli in fase di conversione all'agricoltura biologica costituiva il 19,7% a fronte di una superficie di terreni agricoli biologici successiva alla fase di conversione dell'80,3%.

**Struttura di terreni agricoli biologici in Polonia nel 2016**

Tipologia della coltivazione	Quota %
Piante per foraggio	32,2%
Prati e pascoli	25,6%
Cereali	18,9%
Ortaggi	9,7%
Frutteti, coltivazioni di frutta morbida	6,6%
Legumi	2,3%
Piante ad uso industriale	2,5%
Altre coltivazioni	1,9%
Patate	0,3%

Fonte: Rapporto IJHARS

Di rilievo il dato di produzione delle aziende agricole biologiche del 83,2% dei prodotti vegetali a fronte del 16,8% dei prodotti sia vegetali che animali.

### Dimensione delle aziende agricole biologiche in Polonia (2016)

Superficie delle aziende agricole	Quantità	Quota %
TOTALE	22.369	100,0%
Fino a 5 ha	4.535	20,3%
5-10 ha	4.570	20,4%
10-20 ha	5.917	26,5%
20-50 ha	4.653	20,8%
50-100 ha	1.878	8,4%
Oltre 100 ha	816	3,6%

Fonte: Rapporto IJHARS

Sulla dimensione delle aziende agricole biologiche i dati prima indicati confermano una stabilizzazione nella crescita di quelle "medie" fino a 50 ha (con una media di 22ha) 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	2015	2016
Latte	238.556,95 hl	242.031,74 hl
Trasformati di latte e formaggi	4.095,7 t	149.305,3 t
Trasformati di ortofrutta	1.285.049,0 t	3.821.028,2 t
Trasformati di carne e pesce	2.005,1 t	154.038,8 t

---

## 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, dall'1 luglio 2014 importa ha smesso di rilasciare i permessi per l'importazione 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.

---

## 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 il valore stimato del mercato del bio in Polonia nel 2015 è ammontato a circa € 167 milioni (700 milioni di Zloty).

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 2017 dovrebbe superare il valore di Zloty 1 miliardo (€ 238 milioni ca.).

Un polacco medio nel 2015 ha speso per i prodotti bio la somma di € 4.

Il valore del cibo bio costituisce circa 0,5% dell'intero mercato alimentare polacco (2016), invece nei mercati della vecchia UE tale valore del mercato del bio costituisce 2-8% dell'intero mercato alimentare.

Secondo alcune stime il consumo dei prodotti biologici cresce annualmente del 10-20%, ma in molti casi la dinamica della crescita è ancora più alta, da qui si potrebbe trarre la conclusione sia del consumo che del 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 dell'Azienda Inquiry<sup>2</sup> 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:

- ortofrutta;
- uova;
- carne e salumi;
- prodotti del grano;
- latte e prodotti lattiero-caseari;
- erbe e tè;
- prodotti biologici per bambini;
- alcolici.

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.

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;

---

<sup>2</sup> "Rynek żywności ekologicznej w Polsce 2011", Inquiry Sp. z o.o.

- 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 distinguerla 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 “Żółty Cesarz”) e la più grande catena di negozi specializzati è rappresentata dalla “Organic Farma Zdrowia” che attualmente 40 punti vendita, nelle 16 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. La vendita nei negozi specializzati è responsabile per il 51% delle vendite totali del mercato del bio in Polonia;
- 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 questa tipologia di Punti Vendita si trovano scaffali dedicati ai prodotti biologici pur se la gamma dei prodotti offerti non è molto ampia. 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. Cresce il numero della GDO che introducono il private label per i prodotti bio. Hanno già in offerta le proprie marchi le seguenti catene: Aldi, Auchan, carrefour, Chata Polska, Leclerc, Lidl, Intermarche, Kaufland, Piotr i Pawel, Rossmann, Tesco. Secondo di quanto dichiarato da Carrefour questa

catena ha in offerta circa 750 prodotti biologici di cui 2/3 provengono dalla Polonia. 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;
- Gruppi di acquisto/cooperative di acquisto;
- Presso le aziende agricole biologiche/agricoltori biologici.

Infine, dalla ricerca condotta dalla Agenzia TNS Polska, 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	<b>Natura Food</b>
luogo	Łódź
periodicità e prossima edizione	annuale, 12-14.10.2018
descrizione profilo	Prodotti alimentari biologici
sito	<a href="http://www.naturafood.pl">www.naturafood.pl</a>

nome fiera	<b>Eco Time</b>
luogo	Kielce
periodicità e prossima edizione	annuale, aprile 2019

descrizione profilo sito      Prodotti alimentari biologici  
www.targikielce.pl

nome fiera      **Ekogala**  
luogo      Jasionka  
periodicità e prossima edizione      annuale, 7-8.12.2018  
descrizione profilo      Prodotti alimentari biologici  
sito      www.ekogala.eu

### **Media di settore**

titolo testata      **Biokurier** (portale, rivista stampata, newsletter)  
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

titolo testata      **Ekodostawcy** (portale, rivista stampata, newsletter)  
Periodicità      mensile  
tiratura      5.000  
target e tematica      Consumatori, Importatori, distributori, grossisti, catene  
di negozi, società di catering, produttori biologici  
sito      www.ekodostawcy.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