

Pārtikas tirgus Polijā



Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
Investment and Development Agency of Latvia



Magnetic
Latvia

Inese Šulžanoka
LIAA pārstāvniecības Polijā vadītāja

Platība: 312 685 km²

Lielākās pilsētas:

Varšava, Krakova,
Lodz, Vroclava,
Poznaņa, Gdaņska

Iedzīvotāji: 38 mlj

Pirktspēja: vidēji 6 437 eiro/iedz.,
Varšavā – 11 751 eiro*

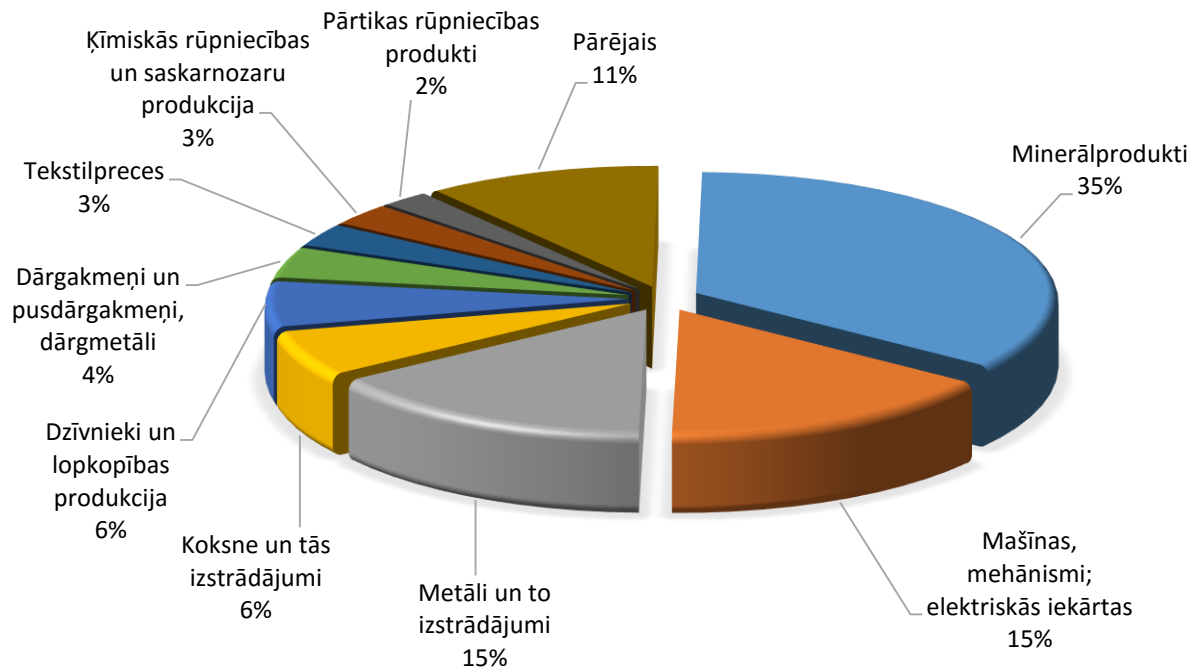


* GfK 2015. gada pētījums

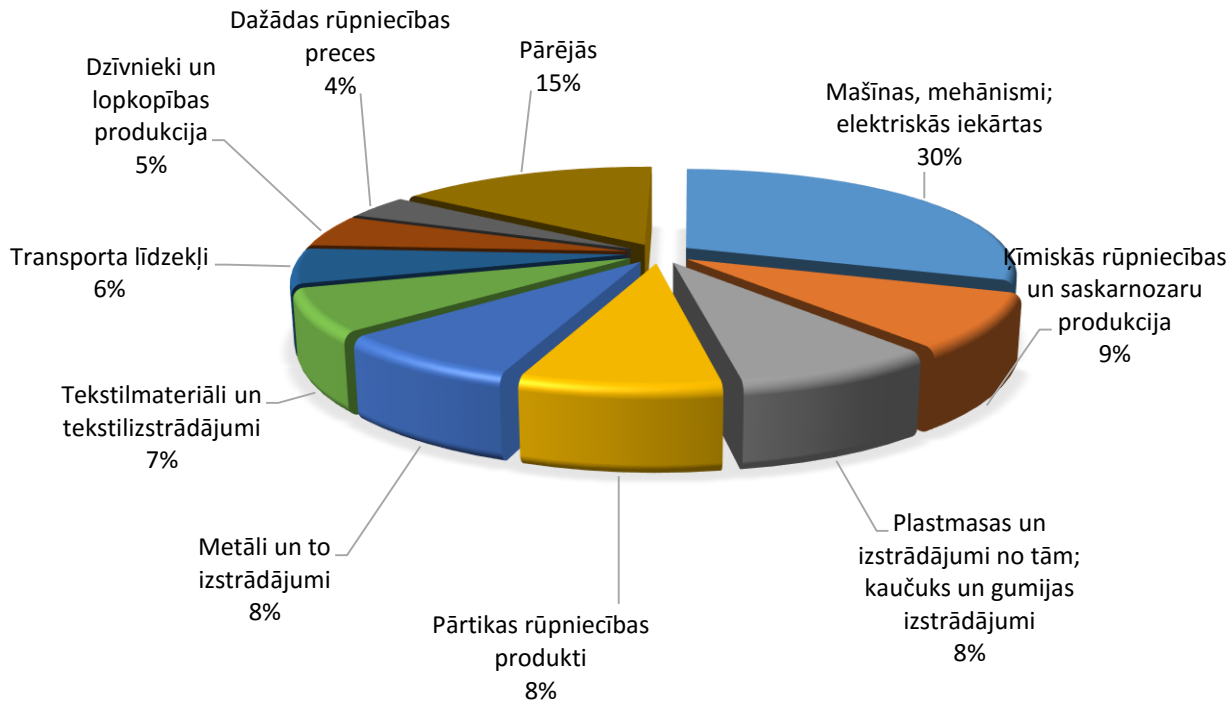
Kopsavilkums par ārējo tirdzniecību un investīcijām

Latvija / Polija		2013	2014	IZMAIŅAS, %	ĪPATSVARS, %	Vieta
		milj. EUR	milj. EUR			
Kopējais	Eksports	706.3	698.1	-1	5	7
	Imports	1302.9	1499.6	15	10.2	3
	Apgrozījums	2009.2	2197.7	9	7.6	5
	Saldo	-596.6	-801.5	34		
Preces	Eksports	672.7	664.1	-1	6.5	5
	Imports	1246.1	1435.8	15	11.3	3
Pakalpojumi	Eksports	33.6	34.0	1	0.9	19
	Imports	56.8	63.8	12	3.0	6
	ĀTI Latvijā	3.1	22.0	603	0.2	30
Ārvalstu tiešās investīcijas	Latvijas uzņēmumu pamatkapitālā	5.1	5.5	238 uzņēmumi		41
	Latvijas ĀTI	31.0	35.4	14	3.7	7

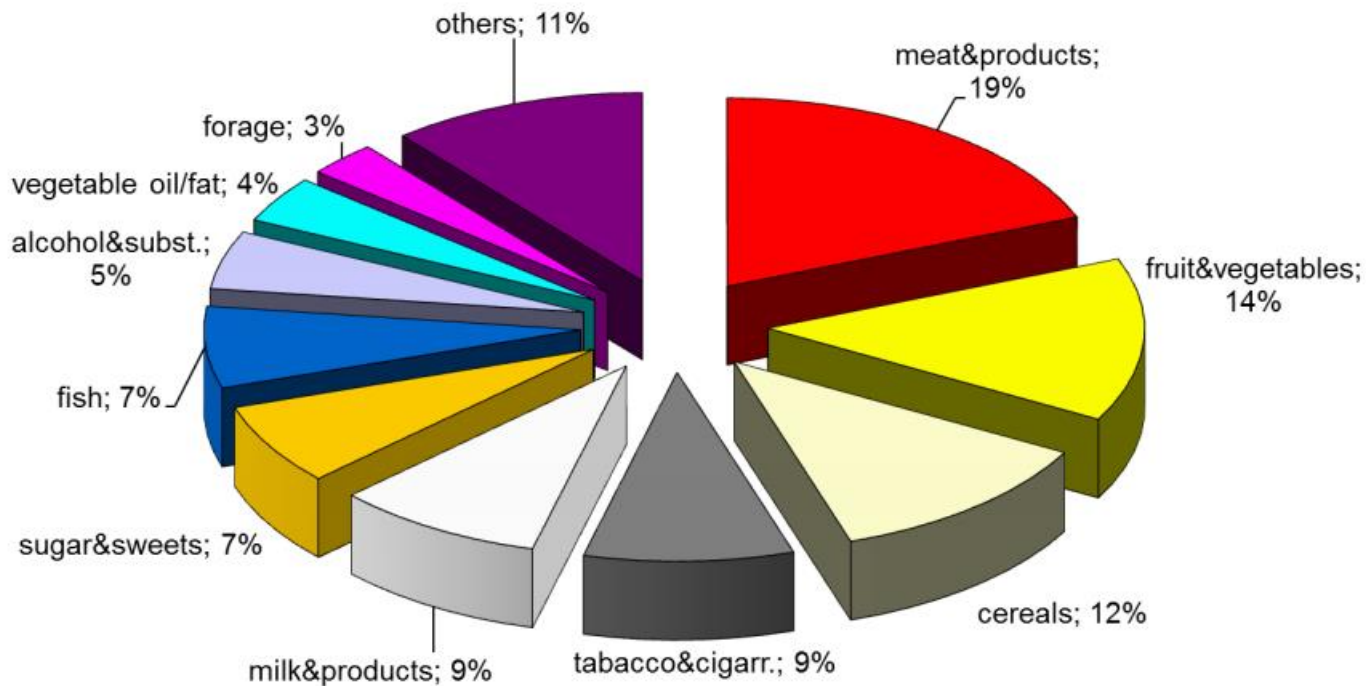
Preču eksports sadalījumā pa preču grupām (2014)



Preču imports sadalījumā pa preču grupām (2014)



Polijas lauksaimniecības produkti eksportā (2014)



Ekonomiskās situācijas ietekme uz nozari

Pārtikas nozare pēdējos gados ir kļuvusi par vienu no Polijas ekonomikas spēcīgākajiem sektoriem (13% no Polijas IKP, nozares vērtība 2015.gadā - 243 mld zł, izaugsme 2,1% salīdzinot ar 2014.gadu)

Nobriedis tirgus, kuru raksturo spēcīga konkurence, pat deflācijas apstākļos (Krievijas embargo uz pārtiku, naftas cenu kritums, kā arī iekšējie «cenu kari») ir vērojama izaugsme

Pēdējos pāris gados patērētāju noskaņojuma uzlabojums (samazinās bezdarbs, pieaug algas, kritušās cenas, zemākas kredītu procentu likmes): mazumtirdzniecības izaugsme par 4,1% 2014. gadā

Pēdējo gadu svarīgākais iepirkšanās trends: t.s. «*smart shopping*», taču lielākā daļa tīklu prognozē, ka drīzumā gaidāmas izmaiņas: izvēli noteiks produkta dabīgā izcelsme un veselīgums.

Sabiedrības novecošana: tiek prognozēts, ka pieaugs mazo piemājas veikalu nozīme (lielie tīkli sāk darboties arī šajā segmentā)



Trendi: vispārēji dati un tendences

Garšas ziņā diezgan konservatīvi, var nogaršot jaunu, bet meklē, pamatā sev zināmā garšu gammā.

2014.gadā stabila izaugsme pakotas pārtikas nozarē. Pieaugot patērētāja pārliecībai, mazinās jūtīgums uz cenu un izvēlas vrvien biežāk produktus no premium plaukta. Pircējs gatavs maksāt vairāk par inovatīviem produktiem: veselīgiem, bez glutēna, ar interesantiem garšas risinājumiem. Taču tie tiek bieži uztverti kā *premium* produkti un ievietoti citos plauktos veikalā. Taču *private label* stabili spēcīgā ietekme šo trendu palēnina.

Spēcīgu vietu tirgū ieņem *private label* produkti. Tie ir gan lētāki, gan arī tiek uzskatīti par augstas kvalitātes produktiem. Diskoanta tipa veikali – viens no lielākajiem pakotas pārtikas pārdošanas kanāliem (33%), izaugsme arī conviniece stores tipa veikalos. Iemesls: socioekonomiskas izmaiņas (poļi strādā garākas stundas, nav laika braukt uz lielveikaliem). Pieaug e-veikalu nozīme arī pārtikas sektorā.

Produkta uzturvērtība ir svarīga, tirgū ieviešot jaunu produktu – sastāvs un uzturvērtība kļūst par svarīgu mārketinga līdzekli (piem., desa satur 90% gaļas, nesatur fosfātus vai citas nevēlamas vielas) – dabisks sastāvs, bez kaitīgām piedevām. Veselīguma trends.

Pārtikas un uzturvielu institūts (*Instytut Żywności i Żywienia*) izstrādājis sarakstu ar produktiem, kādi atļauti skolu veikalos (sviestmaizes ar plānu šķiņķa šķēlīti, svaigi dārzeņi, piena deserti, žāvēti augļi, rieksti utml), bet kādi aizliegti (sāļas uzkodas, saldi gāzētie dzērieni, *fast food* utml).

Ātrs dzīves ritms ietekmē to, ka cilvēki ēd ārpus mājām, pa ceļam, arvien biežāk iegādājoties gatavu vai pusgatavu pārtiku. Spēcīgs kontratrends – veselīgā dzīves stila skolotāji, arvien lielāku popularitāti iemanto pavāršovi, kas veicina jaunu garšu atklāšanu un ēst gatavošanu mājās.

Trendi: gaļas produkti un jūras veltes

2015. gadā 2% izaugsme, tirgus vērtība 7.8 mld PLN, kopumā 253,000 t. Vairāk gaļas, ne zivju ēšanas kultūra. Populārākā gaļa – cūkgaļa (54% no patērētās gaļas), otra populārākā – vistas gaļa (38%), liellops pavisam maz (2% - iemesls ir cena), bet zivju patēriņa ziņā Polija ieņem vienu pēdējām vietās ES, taču arvien vairāk zivis uzskata par veselīgāku alternatīvu gaļai.

Vidējā vienības cena 2015.gadā nemainījās: pārdošanu veicināja produktu kategorijas popularitāte, taču deflācija un pastāvīgās atlaides negatīvi ietekmēja cenas kustību.

Atdzesēti produkti populārākie (81%) – no vienas puses var stāvēt ilgāk, no otras puses tiek uzskatīti par relatīvi svaigākiem. Gaļa viegli pieejama, tādēļ saldētās gaļas pārdošanas apjomi zemi (1%).

Šis nozares līderis ir poļu uzņēmums *Sokolow SA*, kas 2015.gadā ieņēma 13% no visas nozares vērtības

Pamatā pārdošana diskauntos (29%) un *convenience* tipa veikalos (20%).

*Euromonitor pētījuma dati

Trendi: miltu izstrādājumi

Tiek prognozēts, ka cenas uz maizes produktiem nedaudz kritīsies, bet veselīgo produktu nozarē cenu kritums varētu būt straujāks, jo tirgū ienāks jaunas kompānijas un pieaugs konkurence. Maizes produktu pārdošanas vērtība kritusies par 1% un 2015. gadā sasniedza 11.8 mld PLN, apjomā kritums par 2% līdz 2 mlj tonnu. Pamatā maize bez iepakojuma. Joprojām ļoti populāras ir sviestmaizes.

Samazinājies maizes patēriņš (vidēji 49kg/iedz. – zemākais rādītājs dekādē), primāri baltā maize (34%), tad – pilngraudu (17%), rudzu maize gandrīz nepazīstama (4%). Patīk iegādāties vietējās ceptuvēs (kvalitātes garants), taču ~1/3 tirgus ir diskaunta tipa veikali.

Kūkas un tortes pērk, bet primāri nepakotas, jo uzskata, ka tās satur mazāk kaitīgas vielas, mazāk rūpnieciskas, svaigākas. Populāras plātsmaizes. Svētkiem – cep paši vai pasūta konditorejās. Kūkas mazāk populāras kā Latvijā, tiek uzvertas kā neveselīgas.

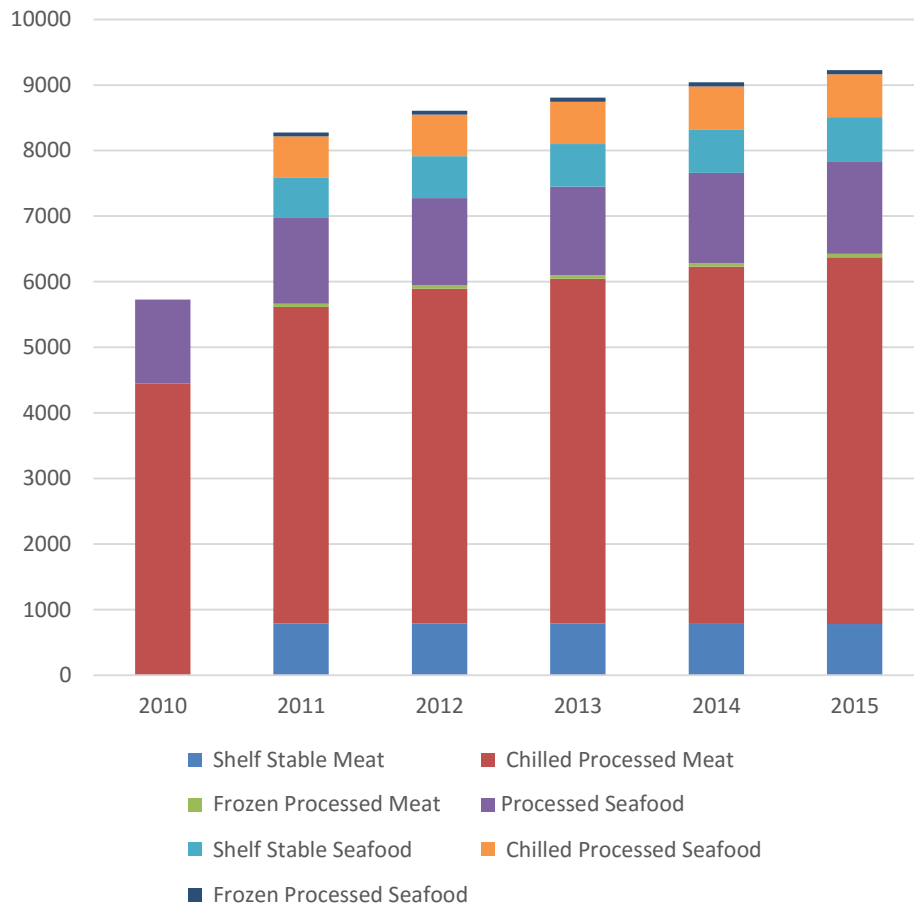
Arvien lielāka interese par veselīgu pārtiku – bezglutēna maizes produkti, pilngraudu, organiska pārtika, vajadzīgi sertifikāti.

Cepumi ir poļu ļoti iecienīts produkts, bieži tiek pasniegts biznesa tikšanās laikā, viesiem mājās, ar draugiem un ģimenes locekļiem.

*Euromonitor pētījuma dati

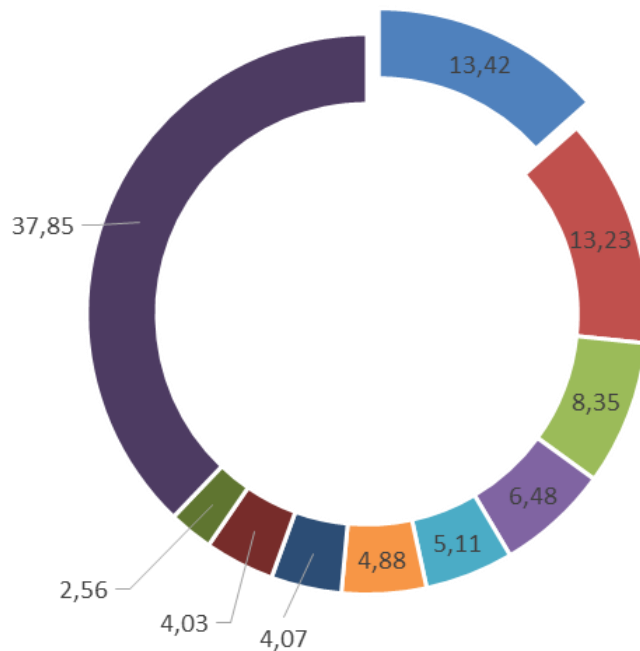
Trendi: gaļas produkti un jūras veltes

Gaļas pārtstrādes un jūras velšu produktu pārdošanas apjomi: vērtība mln PLN 2010-2015



*Euromonitor pētījuma dati

Lielākie ražotāji: gaļas produkti un jūras veltes



- Sokolow SA
- Animex Sp zoo
- Jeronimo Martins Polska SA
- Lmeat Lukow SA
- Tesco Polska Sp zoo
- Carrefour Polska Sp zoo
- Auchan Polska Sp zoo
- Lidl Polska Sklepy Spozywcze Sp zoo Sp k
- Lisner Sp zoo
- Others



Trendi*: piena produkti

Polijā piena rūpniecība ir viens no attīstītākajiem sektoriem pārtikas nozarē. 2014. gadā bija 197 pienotavas, taču tādēļ, ka pazeminājušās piena cenas pasaules tirgū, šis gads nozarei bija pavājš. Prognoze: nozares ienākumi varētu būt par 3 mld PLN zemāki kā pērn. Arī kritiens piena produktu eksportā. Pirmajā pusgadā – ienākumu kritums par 18%. Kā izeja no situācijas tiek apsvērta jaunu tirgu apgūšana.

Tikai daži piena uzņēmumi pelna ienākumus vairāk nekā 1 miljardu PLN (250 miljoni eiro). Lielākie Polijas Piena uzņēmumi ir: SM MLEKPOL, SM Mlekovita, OSM Łowicz, Grupa Polmlek, OSM Piątnica, Danone Sp. z o.o. Divas pienotavas saņem ienākumus pāri 3,5mld PLN (850 mlj eiro).

Dzeramā piena pārdošanas rezultāti uzlabojušies par 3% 2015.gadā. Pamatā, jo tika celtas cenas. Palīdzēja kampaņas, kas reklamēja pienu kā veselību produktu.

Svarīgs trends - atgriešanās pie vienkāršas pārtikas, kurai ir mājās gatavota ēdiena garša. Pieaugošais dzīves temps liek vairāk cilvēkam meklēt veselīgākus dzīvesveida un pārtikas risinājumus, tas attiecas arī uz sieru.

Polijas patērētāji arvien vairāk meklē dabiskus produktus, pievēršot pastiprinātu uzmanību to sastāvam un izcelsmei. Sieva gadījumā svarīga nozīme dabiskam sastāvam un produktu kvalitātei. Tāpat siera gadījumā svarīgs faktors ir izcelsmes valsts un ražotājs.

Liela interese par cietajiem sieri. Vēl nesen pamatā pirka no lielajiem gabaliem, ko veikalā pārdevēja sagrieza un nosvēra uz svāriem, tagad pamatā izvēlas jau sagrieztu un safasētu sieru. Tas saistās ar ērtības tendenci lielajās pilsētās. Tā ir saistīta ar diskauta tipa veikalu lielo popularitāti, kas pārdod tikai fasētu sieru.

*Euromonitor pētījuma dati



Trendi*: piena produkti

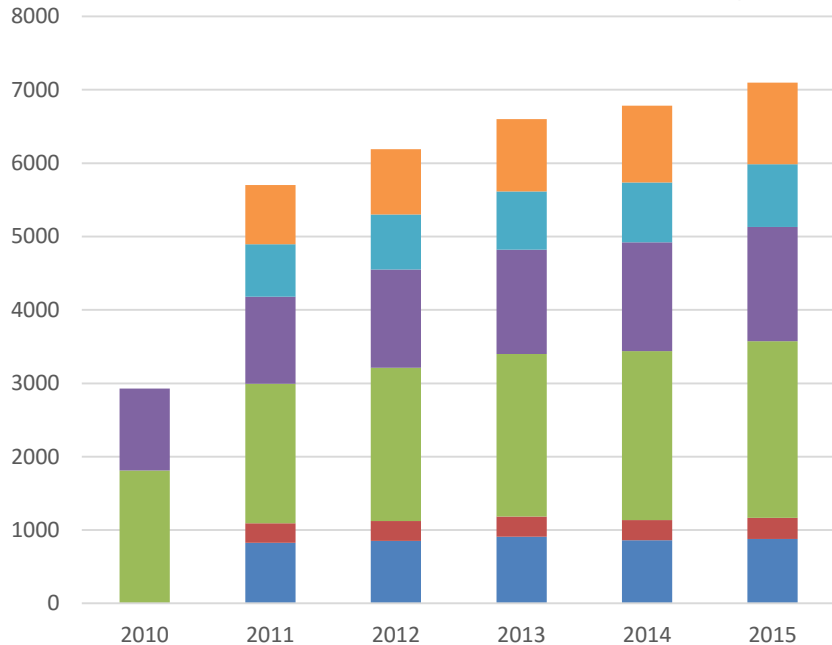
Polijā ir piena subsīdiju programma skolās («Szkłanka mleka»: 200 ml piena katram bērnam dienā), kura tiek finansēta no ES un valsts budžeta. Pamatskolās programma «Mam kota na punkcie mleka», sākta 2014./2015. mācību gadā: promotē piena dzeršanu jau no agra vecuma, stāsta par tās nozīmi, ir iekļautas jautras un izglītojošas aktivitātes.

Grieķu jogurts un skābpiena produkti saglabāja savas pozīcijas 2015. Grieķu jogurta popularitāte arvien pieaug. Arvien spēcīgāks trends ir augļu jogurta vietā izvēlēties grieķu jogurtu un pašiem tam pievienot dažādas ogas, ievārijumus, pārslas, medu utml. Pircējus piesaista tas, ka produkts ir diētiskāks, satur mazāk tauku, bet daudz proteīna.

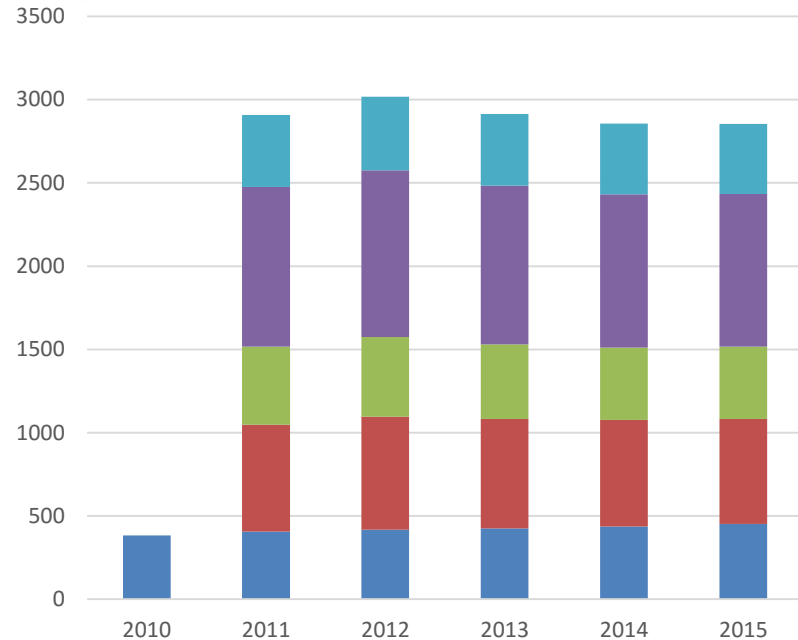
Primāri pircēji izvēlas jogurtu, kas ir ēdams ar karotīti, dzeramos jogurtus vairāk izmanto kā ceļā līdzīgu paņemamu produktu, ko var apēst ar kādu našķi. Populārāks ir jogurts, kas ēdams ar karotīti. No augļu jogurtiem populārākais ir zemeņu jogurts, otra populārākā garša ir meža ogas.

*Euromonitor pētījuma dati

Trendi*: piena produkti



- Spreadable Processed Cheese
- Hard Cheese
- Unpackaged Hard Cheese
- Other Processed Cheese
- Packaged Hard Cheese
- Soft Cheese



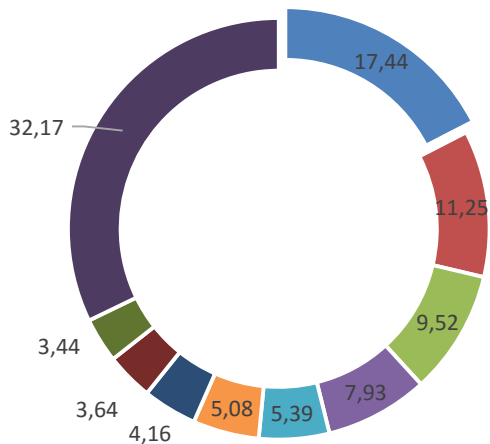
- Sour Milk Products
- Drinking Yoghurt
- Flavoured Yoghurt
- Fruited Yoghurt
- Plain Yoghurt

Piena produktu produktu pārdošanas apjomi: vērtība mln PLN 2010-2015

*Euromonitor pētījuma dati

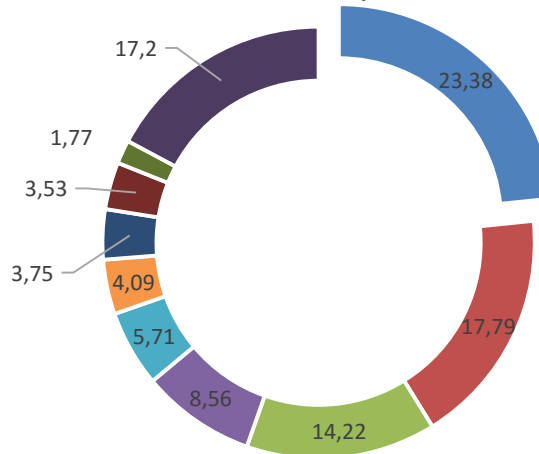
Lielākie ražotāji: piena produkti

Siera ražotāji



- Hochland Polska Sp zoo
- SM Mlekpola
- Jeronimo Martins Polska SA
- Tesco Polska Sp zoo
- Polmlek Sp zoo
- SM Mlekovita
- Mleczarnia Turek Sp zoo
- OSM Lowicz
- Lactalis Polska Sp zoo
- Others

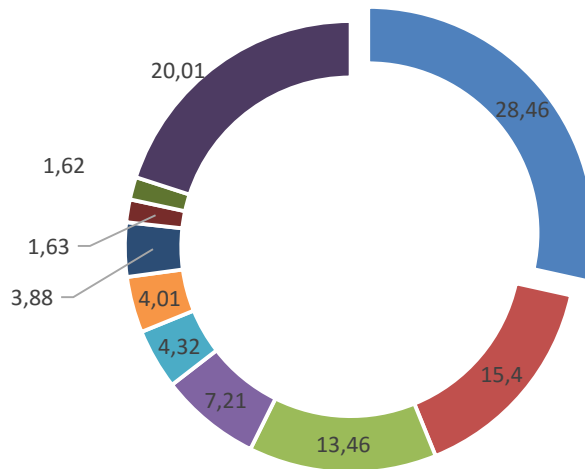
Dzeramais piens



- SM Mlekpola
- Jeronimo Martins Polska SA
- Tesco Polska Sp zoo
- Real Sp zoo i Spolka Sp k
- OSM Wart-Milk
- SM Mlekovita
- OSM Lowicz
- OSM Piatnica
- SM Gostyn
- others

Lielākie ražotāji: piena produkti

Jogurts un skābpiena produkti



- Danone Sp zoo
- Zott Polska Sp zoo
- Tesco Polska Sp zoo
- SM Mlekovita
- Lidl Polska Sklepy Spozywcze Sp zoo Sp k
- Bakoma Sp zoo
- Jeronimo Martins Polska SA
- SM Mlekpols
- OSM Krasnystaw
- Others



Magnetic
Latvia

Liels tirgus,
zemas cenas

bet ir arī labas ziņas

«Show me money»

un pēcāk skaistais stāsts par produkta unikalitāti

Izaicinājumi:

Vajadzīgi lieli ieguldījumi reklāmā un mārketingā

Valoda

Valūta

Ieteikumi:

Labs tulks

Distributors – Tavs draugs

Izstāde – izcila sākuma platforma

Kā izskatās Tavs plaukts?

Izvēlies sarunu, ne saraksti

Tituli un pieklājība

Plāns B



WorldFood

Warsaw

19.-21.04.2016.



Paldies par uzmanību!
Do zobaczenia w Polsce!



Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
Investment and Development Agency of Latvia

Ambasada Republiki Łotewskiej w
Rzeczypospolitej Polskiej
Ul. Królowej Aldony 19, 03-928
Warszawa, Polska

Tālrunis: +48 226164017

Fakss: +48 226171106

E-pasts: inese.sulzanoka@liaa.gov.lv



Magnetic
Latvia