

# ITALIA

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

*(in gestione transitoria - ex Legge 214/2011)*



## il mercato dei prodotti agroalimentari in POLONIA



maggio 2012

Importazioni totali di prodotti agro-alimentari  
 in milioni di EURO

Paese	2009	2010	2011*	Quota di mercato %			Var. % 2011/2010
				2009	2010	2011*	
Mondo	8.379,881	9.769,037	11.481,083	100%	100%	100%	18%
Germania	1.934,283	2.170,397	2.663,788	23,1%	22,2%	23,2%	23%
Paesi Bassi	551,452	693,037	823,411	6,6%	7,1%	7,2%	19%
Spagna	509,793	556,421	614,957	6,1%	5,7%	5,4%	11%
Italia	387,740	458,470	497,520	4,6%	4,7%	4,3%	9%
Norvegia	331,684	508,506	437,326	4,0%	5,2%	3,8%	-14%

\*dati provvisori

 Principali prodotti importati dall'Italia – 2011  
 in milioni di EURO

Prodotti	Italia valori	Mondo valori	Paesi Leader/Posizione Italia
Pasta	18,944	68,232	1^ Italia 2^ Germania (15,687) 3^ Rep. Ceca (10,959)
Olio	15,022	25,277	1^ Italia 2^ Spagna (5,501) 3^ Germania (3,580)
Salumi	1,249	78,745	1^ Germania (47,390) 2^ Austria (13,180) 3^ Rep. Ceca (4,231) 8^ Italia
Formaggi	14,121	166,386	1^ Germania (88,319) 2^ Danimarca (14,473) 3^ Paesi Bassi (14,247) 4^ Italia
Vino	22,224	159,232	1^ Italia 2^ Stati Uniti (21,497) 3^ Francia (21,075)
Frutta	116,754	957,673	1^ Spagna (256,633) 2^ Italia 3^ Germania (63,633)
Ortaggi	35,742	508,576	1^ Spagna (150,975) 2^ Paesi Bassi (93,568) 3^ Germania (70,737), 4^ Italia
Cioccolata	47,598	329,266	1^ Germania (174,390) 2^ Italia 3^ Belgio (23,031)
Prodotti da forno	12,602	201,415	1^ Germania (107,531) 2^ Italia 3^ Slovacchia (11,130)
Aceto	1,281	3,585	1^ Italia 2^ Germania (0,793) 3^ Austria (0,517)
Trasformati di pomodoro	16,165	56,819	1^ Cina (21,653) 2^ Italia 3^ Spagna (4,359)

## ■ aspetti normativi e legislativi sulle importazioni di prodotti agro-alimentari (sintesi)

Dal 1 maggio 2004 il mercato polacco fa parte del mercato unico europeo, pertanto sono state abolite le tasse doganali per i prodotti di provenienza UE e lo scambio con l'Italia è libero e regolato dalle normative comunitarie

## ■ il sistema distributivo (sintesi)

Il sistema distributivo dei generi alimentari in Polonia, tradizionalmente caratterizzato da una elevata frammentazione, sta attraversando un progressivo processo di consolidamento. I Polacchi solitamente preferiscono acquistare i prodotti alimentari presso negozi di medie dimensioni, non molto distanti dalle proprie abitazioni e facilmente raggiungibili.

Il numero degli negozi alimentari alla fine del 2010 era di circa 91.800 unità, in calo del 10,8% rispetto all'anno precedente.

Complessivamente il mercato della vendita al dettaglio in Polonia ha visto una crescita della quota di mercato della GDO (iper, supermercati nonché discount). A differenza del passato i consumatori non accostano più l'offerta merceologica della GDO ai prodotti di bassa qualità. A tal proposito, le catene di discount hanno avviato diverse campagne promozionali mirate a migliorare la propria immagine, offrendo prodotti di marca o legati alle tradizioni culinarie di altri paesi (p.e. Lidl, Biedronka).

Secondo stime recenti la GDO controlla già circa il 40% del mercato alimentare al dettaglio in Polonia, rispetto al 30% di 5 anni fa. I piccoli negozi sopravvivono associandosi in diverse reti di DO - distribuzione organizzata (Żabka, Lewiatan, ecc.).

Secondo le stime attualmente in Polonia ci sono 11 ipermercati, 105 supermercati e 68 discount ogni milione di abitanti.

## ■ importazioni dall'Italia: prospettive

La domanda interna di generi alimentari e di vino è in continua crescita sia per i prodotti di produzione polacca che per i prodotti importati. La crescita del reddito disponibile sta determinando un cambiamento nelle abitudini alimentari polacche. I consumatori apprezzano sempre di più la cucina "sana" e quella "etnica" e sotto questo aspetto la cucina italiana è considerata un ottimo compromesso. Negli ultimi anni la scelta dei consumatori si dirige sempre più verso prodotti stranieri e cresce la disponibilità ad aumentare la spesa per prodotti di qualità. Anche sotto quest'aspetto l'Italia ha una posizione privilegiata, considerando la percezione positiva di cui gode nell'opinione dei Polacchi.



ITALIA



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

[www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it) - [www.campus.ice.it](http://www.campus.ice.it) - [www.italtrade.com](http://www.italtrade.com)

per ogni approfondimento, contattare: [agroindustria@ice.it](mailto:agroindustria@ice.it)