



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Raport Sektorowy
**Sektor spożywczy
w Hiszpanii**



**SEKTOR SPOŻYWCZY
W HISZPANII**

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

PAIH S.A. nie ponosi odpowiedzialności za sposób wykorzystania
zamieszczonych w niniejszej publikacji informacji oraz za możliwe
konsekwencje jakichkolwiek działań podjętych w oparciu o te informacje.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, październik 2018 r.

Spis treści

1.	Hiszpański sektor spożywczy. Informacje podstawowe	5
2.	Charakterystyka sektora spożywczego w Hiszpanii	6
3.	Eksport i import	11
4.	Przedsiębiorstwa i rynek pracy	18
5.	Zestawienie największych firm na rynku	19
6.	Inwestycje zagraniczne	20
7.	Perspektywy sektora	21
8.	Uwarunkowania formalno – prawne wejścia na rynek	24
9.	Aktualne formy pomocy publicznej	26
10.	Podsumowanie	27
11.	Główne instytucje i organizacje branżowe	28



1. Hiszpański sektor spożywczy. Informacje podstawowe

Przemysł spożywczy odgrywa kluczową rolę w rozwoju gospodarczym oraz społecznym Hiszpanii. W 2017 roku sektor osiągnął rekordowe wyniki w zatrudnieniu, obrotach i eksporcie, będąc przykładem konkurencyjności i dynamicznego wzrostu. Pod względem nominalnej produkcji branża przerosła oczekiwania i uzyskała wynik na poziomie 102,3 mld euro, a wzrost w roku 2017 w stosunku do roku poprzedniego wyniósł 2,9%. Przemysł spożywczy generuje w Hiszpanii blisko 3% PKB. Jeżeli chodzi o wartość dodaną brutto, sektor utrzymuje tendencję z lat poprzednich, a w roku 2017 przekroczył barierę 30 mld euro. Wynik ten odzwierciedla znaczny postęp w dziedzinie przedsiębiorczości: na rynek weszło ponad tysiąc nowych firm, co oznacza, że w Hiszpanii działa ponad 29 tysięcy przedsiębiorstw z sektora spożywczego i napojów. To środowisko biznesowe jest jednym z najbardziej stabilnych. Branża zapewnia ponad pół miliona miejsc pracy, ze wzrostem zatrudnienia na poziomie 5,2% w 2017r.

Jednym z czynników o największym potencjalnie dla hiszpańskiej branży spożywczej jest eksport. Sprzedaż zagraniczna przekroczyła 30,65 mld euro, osiągając wzrost na poziomie 9%, co pozwoliło Hiszpanii na poprawienie pozycji w rankingu europejskich eksporterów i zajęcie 5. miejsca. Wkład sektora spożywczego w bilans handlowy w 2017 roku wyniósł ponad 8,2 mld euro, co stanowi wzrost o 8,6%. W ciągu 9 ostatnich lat, liczba firm z sektora, które realizowały działalność B+R ciągle wzrastała – zaledwie 50% firm realizujących innowacyjne projekty do 63%.



2. Charakterystyka sektora spożywczego w Hiszpanii

Poziom produkcji nominalnej w sektorze spożywczym w 2017 wyniósł 102,313 miliardy euro, co oznacza wzrost o 2,9% w stosunku do 2016 roku.

Tab.1. Liczba przedsiębiorstw, wartość rynku i wielkość zatrudnienia w poszczególnych branżach w 2017 roku¹.

Branża	Liczba firm	Wartość (w mln euro)	Liczba zatrudnionych
mięsna	3 830	23 549	80 067
całe ryby	622	4 538	18 480
owoców i warzyw	1 423	8 584	33 211
tłuszczy	1 655	11 458	9 749
mleczarska	1 641	7 985	26 123
przemysł młynarski	438	3 277	6 206
wyroby piekarskie i mączne	10 539	7 552	80 229
inne	2 823	11 590	47 672
żywienie zwierząt	798	9 282	12 592
napoje	5 249	14 497	49 778

W poniższych zestawieniach pokazano, jak prezentuje się wielkość poszczególnych kategorii przemysłu spożywczego, ich wartość, poziom konsumpcji i wydatków na osobę w 2017 roku.

¹ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas), www.fiab.es.

Tab. 2. Wielkość rynku mięsnego w Hiszpanii w 2017 roku².

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
Całość mięso	2178575	14243842	48	313,7
cielęcina	170592	1612007	3,8	35,5
kurczak	594102	2434766	13,1	53,6
królik	53343	300303	1,2	6,6
mięso owcze / kozie	68999	742864	1,5	16,4
wieprzowina	466429	2727137	10,3	60
podroby	42070	196451	0,9	4,3
mięso mrożone	56630	232635	1,25	5,12
indyk	75758	465161	1,67	10,23
przetworzone	523617	4539332	11,53	100,02

Tab. 3. Wielkość rynku rybnego i owoców morza w Hiszpanii w 2017 roku³.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
Całość ryby	1 086 998	8 954 957	23,9	197,3
świeże	484 866	3 738 214	10,7	82,3
mrożone	114 534	831 814	2,5	18,3
mięczaki i skorupiaki	286 777	2 449 635	6,3	54,2
konserwy	200 822	1 935 294	4,4	42,6
ryba solona	12 514	146 910	0,3	3,2

Tab. 4. Wielkość rynku owocowo - warzywnego w Hiszpanii w 2017 roku⁴.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
świeże warzywa	2 537 603	4 500 735	55,8	99,0
owoce	4 236 074	6 145 834	93,2	135,1
ziemniaki	1 309 031	1 074 596	28,8	23,6
pomidory	587 980	933 603	12,9	20,5
cebula	318 355	328 712	7,0	7,2
papryka	212 919	398 152	4,7	8,8
pomarańcze	818 583	799 594	18,0	17,6
banany	526 997	788 223	11,6	17,3
jabłka	456 660	627 217	10,0	13,8
arbuz	382 927	285 088	8,4	6,3

² Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB³ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB⁴ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

Tab. 5. Wielkość rynku tłuszczu w Hiszpanii w 2017 roku⁵.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
Tłuszcze w sumie	531 803	1 584 072	11,7	34,8
oliwa z oliwek z pierwszego tłoczenia	48 064	190 746	1,1	4,2
ekstra oliwa z oliwek z pierwszego tłoczenia	112 676	499 598	2,5	11,0
oliwa z oliwek z pierwszego tłoczenia	180 206	665 594	4,0	14,6
olej słonecznikowy	168 525	182 238	3,7	4,0
olej kukurydziany	679	1 185	0,0	0,0
olej z nasion	14 997	28 178	0,3	0,6
olej z wytloczyn oliwek	6 656	16 531	0,1	0,4
margaryna	29 179	93 246	0,6	2,1

Tab. 6. Wielkość rynku mlecznego w Hiszpanii w 2017 roku⁶.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
mleko płynne całość	3 194 487	2 216 416	70,3	48,8
pochodne mleka	1 610 147	5 597 986	35,4	123,2
mleko UHT	3 095 353	2 140 633	68,1	47,1
pełne mleko	777 641	536 198	17,1	11,8
mleko odtuszczone	908 726	641 616	20,0	14,1
mleko częściowo odtuszczone	1 490 188	1 029 941	32,8	22,7
mleko fermentowane	662 468	1 468 811	14,6	32,3
mleko pasteryzowane	81 202	67 122	1,8	1,5

⁵ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

⁶ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

Tab. 7. Wielkość rynku wyrobów mącznych w Hiszpanii w 2017 roku.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
mąki i grysik	105 915	107 474	2,3	2,4
ryż	174 268	271 281	3,8	6,0
ciastka	237 993	832 519	5,2	18,3
płatki zbożowe	72 031	274 326	1,6	6,0
ciastka słone	8 275	36 250	0,2	0,8
ciastka słodkie	228 973	790 113	5,0	17,4
dietetyczne	5 546	29 211	0,1	0,6
z błonnikiem	13 425	53 265	0,3	1,2

Tab. 8. Wielkość rynku piekarskiego w Hiszpanii w 2017 roku⁷.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
pieczywo	1 489 647	3 585 029	32,8	78,9
makaron	185 150	348 991	4,1	7,7
świeże pieczywo pełnoziarniste	106 355	258 283	2,3	5,7
świeże pieczywo	1 107 331	2 578 866	24,4	56,7
świeże pieczywo bez soli	546	1 381	0,0	0,0
pieczywo przemysłowe	275 961	747 880	6,1	16,5
makaron suchy	170 974	256 770	3,8	5,6
świeży makaron	11 108	75 687	0,2	1,7

Tab. 9. Wielkość rynku przykładowych produktów spożywczych w Hiszpanii w 2017 roku.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
czekolada / kakao	162 570	1 125 934	3,6	24,9
kawa i herbata ziołowa	77 360	1 135 816	1,7	25,0
herbata	1 804	62 129	0,0	1,4
cukier	158 552	141 833	3,5	3,1
dania gotowe	626 584	2 582 387	13,8	56,8
sosy	118 570	432 154	2,6	9,5

⁷ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

Tab. 10. Wielkość rynku napojów w Hiszpanii w 2017 roku.

Produkty	Wielkość (tys. kg)	Wartość (tys. euro)	Spożycie na osobę (kg)	Wydatki na osobę (euro)
wino	372 932	1 014 788	8,2	22,4
napoje zawierające wino	75 857	112 012	1,7	2,5
piwo	843 934	1 026 347	18,6	22,6
wyroby spirytusowe	34 459	369 261	0,8	8,2
soki i nektary	423 197	436 543	9,3	9,6
woda butelkowana	2 796 914	581 530	61,5	12,8
gazowane	149 836	42 193	3,3	0,9
napoje bezalkoholowe	1 745 937	1 485 237	38,4	32,7



3. Eksport i import

Dynamika eksportu hiszpańskich produktów spożywczych i napojów jest bardzo wysoka. W roku 2017 hiszpański przemysł spożywczy był jednym z najbardziej dynamicznych, z wartościami przekraczającymi średnie UE-28 oraz najwyższym odsetkiem firm, które zastosowały strategię dywersyfikacji geograficznej.

Poziom hiszpańskiego eksportu w 2017 roku wyniósł ponad 30,65 miliardów euro, przy wzroście o 9% w stosunku do roku 2016.

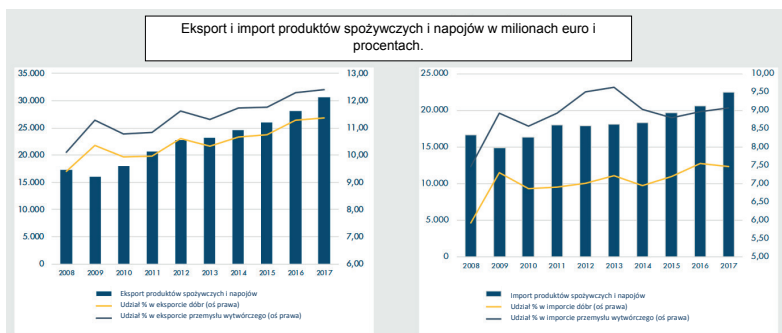


Fig. 1. Eksport i import sektora spożywczego w latach 2008 - 2017.

Źródło: FIAB

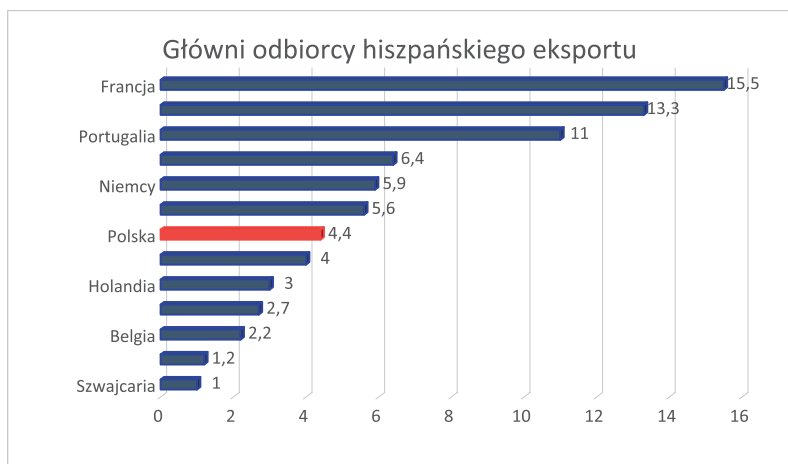


Fig. 2. Główni odbiorcy hiszpańskiego eksportu produktów spożywczych w 2017 roku (w procentach)⁸.

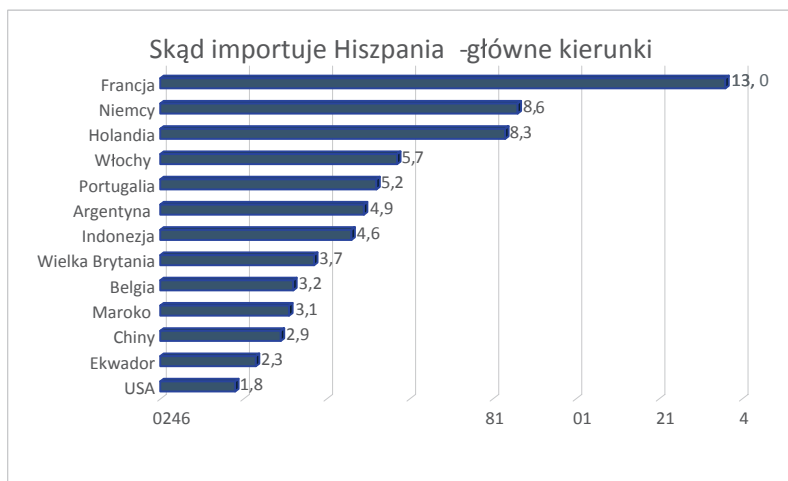


Fig. 3. Główne kraje, z których Hiszpania importowała produkty spożywcze w 2017 roku (w procentach)⁹.

⁸ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

⁹ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB

Warto dodać, że według danych za 2016 rok Hiszpania jest drugim (po Włoszech) producentem owoców i warzyw w Unii Europejskiej (25% produkcji). Z kolei wśród producentów światowych Hiszpania zajmuje 6. miejsce. Ponad 50% produkcji owoców i warzyw jest przeznaczana na rynek zagraniczny, przede wszystkim do krajów UE (93% eksportu). Hiszpania jest pierwszym eksporterem wśród krajów UE i jednym z trzech głównych eksporterów światowych, obok Chin i Stanów Zjednoczonych. W 2016 Hiszpania wyeksportowała świeże oraz przetworzone owoce i warzywa o wartości 14,07 mld euro. Wynik zwiększył się o 3% w porównaniu z rokiem 2015 i jest aż o 22% wyższy niż średnia w latach 2011-2014¹⁰.

Warto dodać, że część strategicznego sektora dla Hiszpanii stanowią wyroby winiarskie, a kraj dysponuje największą powierzchnią winnic na świecie (960 000 hektarów) produkujących wysokiej jakości wina, wśród których 131 objętych jest ochroną nazwy pochodzenia i oznaczeń geograficznych. Pod względem wielkości eksportu Hiszpania plasuje się na pierwszym miejscu na świecie¹¹.

Jeśli chodzi o produkcję ekologiczną, obserwuje się tendencję wzrostową. Hiszpania zajmuje pierwsze miejsce w Unii Europejskiej pod względem powierzchni rolnej poświęconej produkcji ekologicznej, a także znajduje się w pierwszej piątce najważniejszych światowych producentów tego typu produktów. Powierzchnia zwiększyła się o 3,1% w porównaniu z rokiem 2016 i wynosi ponad 2 mln ha¹².

Polsko – Hiszpańska wymiana handlowa

Wolumen eksportu polskich produktów rolno-spożywczych do Hiszpanii utrzymuje się na przestrzeni ostatnich lat na wysokim poziomie, a w następujących grupach towarowych nastąpił również znaczący wzrost dostaw na rynek hiszpański: mąka ziemniaczana, orzechy, miód naturalny, warzywa strączkowe, mięso wieprzowe oraz wołowe (połowica), podroby wołowe, makaron oraz masło.

¹⁰ Dane Hiszpańskiego Ministerstwa Rolnictwa, Rybołówstwa i Żywności, www.lamocloa.gob.es

¹¹ Dane Hiszpańskiego Ministerstwa Rolnictwa, Rybołówstwa i Żywności, www.lamocloa.gob.es

¹² Dane Hiszpańskiego Ministerstwa Rolnictwa, Rybołówstwa i Żywności, www.lamocloa.gob.es

Poniższa tabela obrazuje poziom polsko – hiszpańskiej wymiany handlowej w sektorze spożywczym:

Tab. 11. Polsko - hiszpańska wymiana handlowa w latach 2016 i 2017.¹³

	2017r. [EUR]		2016r. [EUR]	
	Eksport do Hiszpanii	Import z Hiszpanii	Eksport do Hiszpanii	Import z Hiszpanii
kielbasy, wyroby z mięsa, podrobów	836 913	1 359 934	1 016 638	2 282 061
przetwory i konserwy z mięsa, drobiu, dziczyzny (szynki i łopatki)	11 754 624	4 845 570	10 363 217	2 371 497
ekstrakty mięsne, rybne i ze skorupiaków itp.	0	119 487	0	295 746
ryby przetworzone i konserwowe; kawior	6 188 067	2 137 800	4 172 853	3 808 332
skorupiaki, mięczaki i inne bezkręgowce wodne (przetwory lub konserwy)	14	393 311	0	770 222
cukier trzcinowy, buraczany, chemicznie czysta sacharoza w postaci stałej	6 927 600	13 410	317 273	3 200
cukry inne - laktoza, glukoza, syropy, miód sztuczny; karmel	393 078	1 065 358	249 002	955 618
melasy powstałe w procesie ekstrakcji lub rafinacji cukru	2 652 478	2 905	2 725	4 740
wyroby cukiernicze (także biała czekolada), niezawierające kakao	2 315 055	15 142 753	2 181 702	14 539 926
odpady kakaowe	7 683	0	8 096	0
pasta kakaowa	0	0	555 588	0
tłuszcz, olej	0	132 376	0	274 409

¹³ Dane z systemu Insigos Ministerstwa Rozwoju RP

proszek kakaowy niesłodzony	1 653	649 279	3 666	1 941 774
czekolada i inne przetwory spożywcze zawierające kakao	11 489 839	5 964 033	11 529 410	5 382 587
ekstrakt słodowy; przetwory z mąki, gryssiku, przetwory dla niemowląt	7 536 256	775 099	4 169 602	850 738
ciasto makaronowe, także gotowane lub nadziewane, ravioli itp.; kuskus	9 325 470	144 314	9 453 968	212 802
prażony i dmuchany ryż, kukurydza, płatki itp.	11 290 746	167 664	11 841 643	103 259
chleb, pieczywo cukiernicze, ciasta, ciastka, wafle, itp.	41 879 073	9 576 881	42 448 367	6 724 498
marynaty warzywne i owocowe	279 268	1 107 974	370 271	981 302
pomidory konserwowane bez octu	39 733	6 679 921	10 456	8 443 885
grzyby konserwowane bez octu	1 100 546	23 692	329 825	15 333
warzywa (oprócz pomidorów) konserwowane bez octu, zamrożone	473 709	309 725	406 201	129 334
warzywa (z wyj. pomidorów) przetworzone i zakonserwowane bez octu, niezamrożone	332 501	15 626 560	384 773	17 987 522
owoce konserwowane cukrem	297	72 678	0	214 869
dżemy, marmolady, galaretki, przeciera owocowe lub orzechowe	209 616	1 524 045	76 928	632 643
pozostałe zakonserwowane owoce i warzywa	2 785 480	6 246 594	939 817	6 858 253
soki owocowe i warzywne	3 923 418	12 718 374	6 332 894	6 994 832

ekstrakty, esencje, koncentraty kawy, herbaty; namiastki kawy	2 370 661	28 592 359	2 288 538	23 272 881
drożdże; proszek do pieczenia	776 037	8 291	1 461 036	39 365
sosy; mieszanki przyprawowe; musztarda	11 256 852	3 943 893	6 674 669	2 659 526
zupy, buliony i przetwory z nich	1 794 407	316 031	2 473 009	139 519
lody	3 009 678	682 179	2 802 659	460 174
przetwory spożywcze, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone	29 091 493	26 908 151	28 987 669	27 234 468
wody mineralne naturalne i sztuczne bez cukru	72 370	2 986	47 032	2
wody mineralne i gazowane słodzone lub aromatyzowane	3 300 198	190 684	2 580 142	272 770
piwo	334 126	260 670	369 491	777 935
wino ze świeżych winogron	8 365	29 359 066	7 492	24 421 492
wermut, inne wina aromatyzowane	1 444	308 132	1 619	118 609
inne napoje fermentowane	462 960	541 533	249 920	153 524
alkohol etylowy nieskażony o mocy 80%, alkohol etylowy skażony	7 194	2	15 733	0
wódki, likiery, inne napoje alkoholowe o mocy poniżej 80%	735 794	18 019 747	644 845	7 187 493
ocet i namiastki octu	4 000	205 966	12 116	266 775
mąki, grysiki z mięsa, podrobów, ryb i skorupiaków na paszę	1 314 682	245 908	19 037	10 163
otręby, śruty, inne produkty obróbki zbóż i roślin strączkowych	4 967	252 112	239 802	8

pozostałości przemysłu skrobiowego, cukrowniczego, gorzelnianego	138 766	0	0	0
makuchy i inne pozostałości stałe z ekstrakcji pozostałych tłuszczów lub olejów roślinnych	13 691 830	9 259	23 581 767	0
materiały roślinne, odpady, produkty uboczne, do karmienia zwierząt, gdzie indziej niewymienione	0	51 712	14	30 365
gotowa karma dla zwierząt	6 460 237	7 313 419	2 914 103	4 668 733
tytoń nieprzetworzony; odpady tytoniowe	211 524	17 817 855	439 257	17 423 788
cygara, cygaretki i papierosy	113 500 134	165 420	75 660 671	170 035
tytoń do palenia, żucia, tabaka; ekstrakty i esencje tytoniowe	16 532 101	513 467	18 031 228	187 972



4. Przedsiębiorstwa i rynek pracy

Liczba pracowników (osób ubezpieczonych) w sektorze spożywczym w Hiszpanii wyniosła w 2017 roku ponad 414 tysięcy (w tym w sektorze napojów ponad 47 tysięcy). Liczba firm działających w tym sektorze w 2017 roku przekroczyła 29 000. Duża liczba firm, które nie zatrudniają pracowników oraz firm zatrudniających do 9 pracowników jest wspólną cechą gospodarki. Jednakże, sektor spożywczy wyróżnia się niższą obecnością tego rodzaju podmiotów: firmy małe stanowią w nim 79,1%, w porównaniu z 95,6% w przemyśle oraz 83,2% w całej gospodarce, co oznacza, że w branży spożywczej jest stosunkowo więcej średnich i dużych przedsiębiorstw. 23,8% dużych przedsiębiorstw przemysłowych w kraju reprezentuje sektor spożywczy.

Tab. 12. Liczba firm pod kątem wielkości zatrudnienia w 2017 roku¹⁴.

Liczba pracowników	Cała gospodarka	Cały przemysł wytwórczy	Sektor spożywczy
własna przedsiębiorczość	1 823 250	56 702	7 192
1-9 pracowników	1 313 619	77 956	15 767
10-49 pracowników	120 711	22 287	4 959
50-199 pracowników	19 214	3 918	838
200-499 pracowników	3 756	786	198
Powyżej 500 pracowników	1 796	269	64
w sumie	3 282 346	161 918	29 018

¹⁴ Dane Hiszpańskiej Federacji Przemysłu Spożywczego FIAB



5. Zestawienie największych firm na rynku

Największe hiszpańskie firmy w tym sektorze pod względem obrotów w 2016 roku w Hiszpanii to Coca Cola Iberian Partners - obecnie część Coca-Cola European Partners (2.616 mln euro), Ebro Foods (2.459 mln euro), Campofrío Food Group (1.941 mln euro) – dwie ostatnie firmy obecnie są kontrolowane przez zagranicznych inwestorów. Jeśli uwzględnimy hiszpańskie filie firm zagranicznych, najwyższe obroty miały grupy Nestlé i Heineken.

Jeśli chodzi o sprzedaż detaliczną, najwyższe obroty w 2016 roku odnotowały następujące sieci: Mercadona SA, Centros Comerciales Carrefour SA, Distribuidora Internacional de Alimentacion SA, Lidl Supermercados SA, Alcampo SA, Consum S Coop V, Eroski, S. Coop., Bon Preu SA, World Duty Free Group Sociedad Anonima Unipersonal, Supermercados Sabeco SA, Dinosol Supermercados SL.



6. Inwestycje zagraniczne

Poziom bezpośrednich inwestycji zagranicznych brutto w Hiszpanii na koniec 2016 roku wyniósł 33 miliardy euro. Inwestycje w sektor spożywczy wyniosły 691 milionów euro i stanowiły 2,9% inwestycji. Nie odnotowujemy na razie polskich inwestycji w ten sektor w Hiszpanii. Tym nie mniej warto rozważyć inwestycje w magazyny i dystrybucję np. poprzez otwieranie punktów sprzedaży hurtowej na hiszpańskich giełdach spożywczych (Mercamadrid, Mercabarna).



7. Perspektywy sektora

Hiszpania to bardzo duży rynek – 46,5 milionów obywateli. Z roku na rok zwiększa się liczba mniejszych – jednoosobowych gospodarstw domowych, a społeczeństwo wyraźnie się starzeje. W niedalekiej przyszłości oznaczać to może zagrożenie dla kategorii produktów dla dzieci, ale także możliwości zwiększonej sprzedaży produktów dedykowanych osobom po 50 roku życia.

Zmniejszenie liczby ludności połączone ze wzrostem liczby małych gospodarstw domowych (w tym gospodarstw bez dzieci) sprawiają, że konsumpcja w gospodarstwach domowych nie zwiększa się. Również ograniczenie marnotrawienia żywności i większe spożycie poza gospodarstwem domowym mogą wyjaśniać mniejsze zakupy żywnościowe.

W roku 2017 każdy Hiszpan spożył około 751,4 kg jedzenia i napojów, a całkowita konsumpcja w Hiszpanii wyniosła 102 424,72 mln euro (co stanowi średni wydatek 2 525,71 euro na osobę rocznie), z których 80,4% przeznaczają się na zakup żywności o wartości 82,5 mld euro, pozostałe 19,6% dzieli się na zimne napoje (13,3%) i napoje gorące (6,3%). Dane te wskazują na wzrost wydatków na żywność ogółem o 3,6% w porównaniu z danymi za 2015 r.¹⁵ Jeśli porównamy konsumpcję w domu i poza domem, 88,2% żywności i napojów spożywa się w domu, a 11,8% poza domem. Natomiast jeśli chodzi o poziom wydatków, konsumpcja poza domem stanowi 34,21% wydatków. Z 440,9 kg/1 żywności/osobę spożywanej w ciągu roku, zdecydowana większość, bo 394,3 kg/1 zostało spożytych w gospodarstwie domowym. Duży odsetek stanowiły warzywa, których spożycie na osobę wyniosło 101,2 kg w ciągu roku. Na kolejnym miejscu uplasowały się owoce - 96,4 kg, a dalej - świeże mięso - 42,6 kg na osobę w ciągu roku. Wydatki na napoje wyniosły łącznie 13 276,7 mln euro. Zdecydowana większość (82,4%) była spożywana w domu. Nato-

¹⁵ Dane Hiszpańskiego Ministerstwa Rolnictwa, Rybołówstwa i Żywności, www.mapama.gob.es/images/es/informeannualdeconsumoalimentario2017_tcm30-456186.pdf

miast jeśli chodzi o wydatki na napoje, to 55,7% z nich przeznaczają się na spożycie poza domem. Najczęściej spożywanymi napojami są: woda butelkowana - 81,95l, piwo - 42,04l, napoje orzeźwiające - 49,43l i kawa- 23l w przeliczeniu na osobę na rok.

Konsumpcja w domu: całkowite wydatki hiszpańskich gospodarstw domowych na żywność wyniosły 67 490,78 mln euro. Na świeże produkty żywnościowe (które stanowiły 39,9% konsumpcji) przeznaczono 43,8% całkowitego wspomnianego budżetu. Biorąc pod uwagę typ produktów podkreśla się wzrost konsumpcji m.in.: gotowych potraw (+4,8%), oleju słonecznikowego (+21,1%), ryżu (+1,1%), roślin strączkowych (+4,7%) i makaronu (+2,9%). Jednak w przypadku innych produktów spożywczych, takich jak olej, mięso, świeże skorupiaki i mięczaki, świeże ryby, świeże warzywa i podstawowe produkty spożywcze, takie jak cukier lub chleb, w 2016 r. odnotowano spadek konsumpcji.

Jeżeli chodzi o napoje, to dane wskazują na wzrost konsumpcji wody butelkowanej i piwa oraz spadek w przypadku napojów bezalkoholowych, soków i nektarów oraz napojów spirytusowych, a także win z ChNP / ChOG.

Jeśli chodzi o sklepy, to supermarket pozostaje preferowanym kanałem dokonywania zakupów przez konsumentów, w którym realizują oni 47,3% zakupów produktów spożywczych. Gospodarstwa domowe wybierają wyspecjalizowane sklepy na zakup świeżych produktów. Internetowy zakup produktów żywnościowych stanowi 1,2% całkowitej kwoty zakupów żywności do domu, dlatego pozostaje jednym z kanałów o **dużym potencjale rozwojowym**, biorąc pod uwagę również jego niski udział w rynku.

Konsumpcja poza gospodarstwem domowym: w 2017 roku, wydatki na żywność, napoje zimne, gorące napoje i przekąski spożywane **poza domem** wyniosły 35,09 mld euro. Zaobserwowano wzrost spożycia napojów zimnych, takich jak: piwo i woda oraz spadek konsumpcji wina czy hiszpańskiego wina musującego cava. Najważniejsze pokarmy spożywane poza gospodarstwem domowym to: warzywa (30,5%), chleb (12,9%), mięso (12,1%), ryby i owoce morza (8,6%). W przypadku napojów wyróżniają się piwo i woda butelkowana, które stanowią łącznie 70,7% wszystkich spożywanego napojów. Największe zyski w całym spożyciu

zimnych napojów zawdzięcza się piwu (38% obrotów), następnie napojom wysokoprocentowym (18,6%), winom y winom musującym (17,8%). Z drugiej strony kawa z 30,4% udziałem w spożyciu ciepłych napojów kumuluje aż 81,9% obrotów.

Należy zauważyć, że zmiany i uproszczenie menu to nowe tendencje w sektorze. **Słone śniadania** są nową alternatywą dla tradycyjnych śniadań. Sport zyskuje na znaczeniu w hiszpańskim społeczeństwie, dlatego potencjalnymi możliwościami dla biznesu mogą być: żywność dla sportowców oraz zdrowe posiłki, których przygotowanie zajmuje mało czasu. Konsumenty nadal wybierają placówki, w których kupują żywność i napoje ze względu na ich bliskość, jakość produktów i dobre ceny. Obserwuje się niewielki wzrost obecności marek dystrybutorów ze szkodą dla marek producenta, co konsumenci postrzegają jako zmiany pozytywne lub obojętne; również usunięcie danej marki z asortymentu nie powoduje zaprzestania robienia zakupów w danym miejscu.



8. Uwarunkowania formalno – prawne wejścia na rynek

Od czasu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej polscy eksporterzy uzyskali łatwiejszy dostęp do unijnych rynków, a więc i do rynku hiszpańskiego. Wszystkich przedsiębiorców obowiązuje jednolite prawo, nie ma rozbieżności między ustawodawstwem polskim a hiszpańskim. Jedynym problemem na pierwszym etapie mogą być natomiast kwestie językowe, ponieważ przepisy oraz procedury krajowe wymagają znajomości języka hiszpańskiego.

Niektóre firmy preferują jako formę wejścia współpracę z partnerem lokalnym albo przejęcie firmy lokalnej, nie jest to jednak warunek osiągnięcia sukcesu na rynku hiszpańskim. Dobrą formą wejścia na hiszpański rynek może być produkcja eksportowa produktów spożywczych bez własnej marki dla dużych sieci handlowych (tzw. marca blanca) oraz do kanałów HORECA.

Kluczowym aspektem dla polskich producentów zainteresowanych eksportem do Hiszpanii, często pomijanym, jest właściwa strategia sprzedaży i komunikacji marketingowej. Hiszpanie przywiązują bardzo dużą wagę do prezentacji produktu i opakowania, na co zwracają uwagę już na pierwszym etapie rozmów handlowych. Opakowanie powinno być zgodne z najnowszymi trendami estetycznymi.

Warto zaprezentować swoje produkty na istotnych targach branżowych, wymienionych poniżej. Dobrym sposobem na poznanie konkurencji jest odwiedzanie wielkich giełd produktów spożywczych, zlokalizowanych przy największych hiszpańskich miastach (np. Mercamadrid, Mercabarna). Aby polskie firmy mogły zaistnieć, a następnie utrzymać się na rynku hiszpańskim, konieczne są także działania promocyjne, polegające, m.in. na:

- stałej prezentacji polskiego sektora spożywczego na targach branżowych w Hiszpanii,
- skoordynowanej współpracy przy promocji polskich produktów rolno-spożywczych wszystkich zainteresowanych instytucji publicznych oraz firm z branży rolno-spożywczej, zwłaszcza przy organizacji polskiego stoiska na targach i sektorowych misji gospodarczych polskich przedsiębiorców,
- organizowaniu degustacji polskich produktów nie tylko przy okazji udziału w targach branżowych, ale również podczas polskich imprez okolicznościowych,
- większym zaangażowaniu polskich firm w zdobywanie klientów (gł. dystrybutorów) na rynku hiszpańskim polegającym np. na organizowaniu misji indywidualnych, które powinny być starannie przygotowane z odpowiednim wyprzedzeniem.



9. Aktualne formy pomocy publicznej

Aby uzyskać dostęp do pomocy publicznej, polska firma powinna starać się o wsparcie jako spółka hiszpańska, czyli zarejestrowana w Hiszpanii i prowadząca produkcję w tym kraju. Państwo hiszpańskie dysponuje szeregiem form przyciągania inwestycji zagranicznych. Szczegółowe informacje można znaleźć np. na stronie www.investinspain.org.



10. Podsumowanie

Pomimo ciągle rosnącej polsko-hiszpańskiej wymiany handlowej w sektorze spożywczym, niestety, polskie marki są nadal rzadko obecne w hiszpańskich sklepach. Głównym powodem braku polskich produktów na rynku hiszpańskim jest ich mała rozpoznawalność wśród tamtejszych konsumentów. Produkty, które mogłyby zaistnieć na stałe na rynku hiszpańskim to m. in.: owoce twarde i miękkie (zwłaszcza jabłka, gruszki, owoce leśne), soki i przetwory z owoców (zwłaszcza z jabłek), wyroby czekoladowe, napoje spirytusowe (wódki, nalewki, likiery), przetwory marynowane, gotowe produkty spożywcze w tym wyroby przemysłu mleczarskiego, warzywa świeże oraz mrożone.

Formą wejścia na hiszpański rynek mogłaby być produkcja eksportowa towarów bez własnej marki dla sieci handlowych, hoteli oraz restauracji (HORECA), np. dla: El Corte Inglés, Mercadona, Eroski. Hiszpańscy dystrybutorzy i klienci indywidualni coraz częściej wybierają produkty spożywcze, kierując się niższą ceną. Dlatego też rekomenduje się negocjowanie z hiszpańskimi klientami stosowanie marki własnej dystrybutora/sieci hiszpańskiej (marca blanca).



11. Główne instytucje i organizacje branżowe

Instytucje branżowe

▪ **Hiszpańska Federacja Producentów Artykułów Spożywczych i Napojów (hiszp. FIAB)** – reprezentuje hiszpański sektor spożywczy przed organami administracyjnymi oraz decyzyjnymi różnego szczebla – krajowego lub międzynarodowego. Zrzesza ponad 45 stowarzyszeń reprezentujących najważniejsze branże z sektora.

www.fiab.es

▪ **Hiszpańska Agencja ds. Konsumpcji, Bezpieczeństwa Żywności i Odżywiania (hiszp. AECOSAN)** – promuje i poprawia świadomość konsumencką oraz dotyczącą bezpieczeństwa żywności i zdrowego odżywiania.

www.aecosan.msssi.gob.es

▪ **Mercasa** - jest przedsiębiorstwem publicznym i częścią administracji państwowej, świadczy usługi na rzecz łańcucha dostaw żywności w tym sprzedaży świeżej żywności poprzez sieć tzw. Mercas. Zarządza i promuje duże kompleksy hurtowni oraz usługi logistyczne na terenie całej Hiszpanii.

www.mercasa.es

Najważniejsze targi branżowe

▪ Alimentaria, Barcelona (16-19 kwietnia 2019)

www.alimentaria-bcn.com

▪ Fruit Attraction, Madrid (23-25.10.2018 / październik 2019)

www.fruitattraction.com

▪ Salón de Gourmets, Madrid (8-11 kwietnia 2019)

www.gourmets.net

▪ Gastrónoma, Valencia (listopad 2019)

www.gastronoma.feriavalencia.com



I Forum Wsparcia
Polskiego Biznesu za Granicą

www.paih.gov.pl