

eksport

COVID-19 – bariery i szanse dla polskich przedsiębiorców branży spożywczej



Webinaria 2020

eksport

COVID-19 – bariery i szanse dla polskich przedsiębiorców branży spożywczej

Jacek Kołomyjec,
Kierownik ZBH Dżakarta









Webinaria 2020



Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Indonezja – podstawowe informacje o kraju

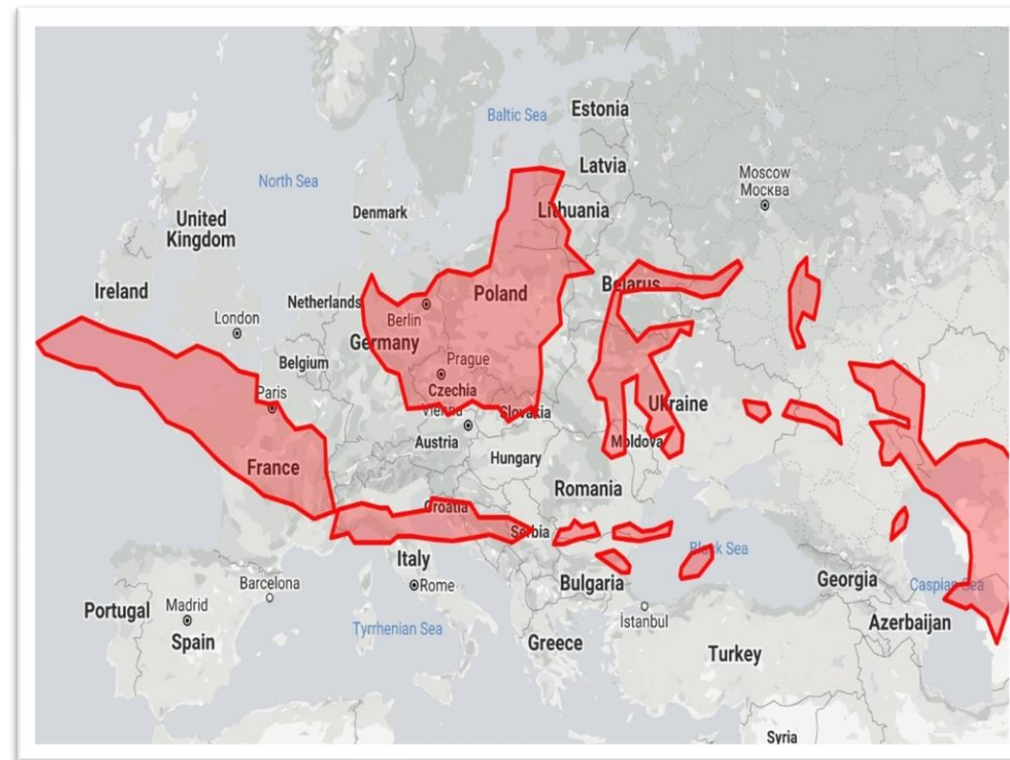
	Oficjalna nazwa	Republika Indonezji
	Język urzędowy	Indonezyjski (bahasa Indonesia)
	Stolica	Dżakarta
	Powierzchnia	1 904 569 km ² (16-ta na świecie)
	Populacja	266 milionów (4-ta na świecie) 40% < 40 lat; 100 mln kl. średnia
	Waluta	Rupia ind. 1 PLN ~3,697 IDR (stan na 23.04.202)
	Stawki podatkowe	CIT 25%, PIT 5% - 30%, VAT 10%
	Strefy czasowe	UTC +7 (WIB) +8 (WITA) +9 (WIT)
	PKB per capita	\$4 193.109 USD (rok 2019)
	Import towarów z PL	214 mln USD (2019)
	Eksport towarów do PL	790 mln USD (2019)



Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Specyficzne cechy rynku:

- Siła marki i produktu z importu
- Dystrybucja – przeskok z rynku do e-commerce
- Bardzo duża baza młodego, szybko bogacącego się konsumenta
- Wysoki koszt importu – zasada czterokrotności ceny
- Antyimportowa polityka rządu
- Współpraca z lokalnym partnerem

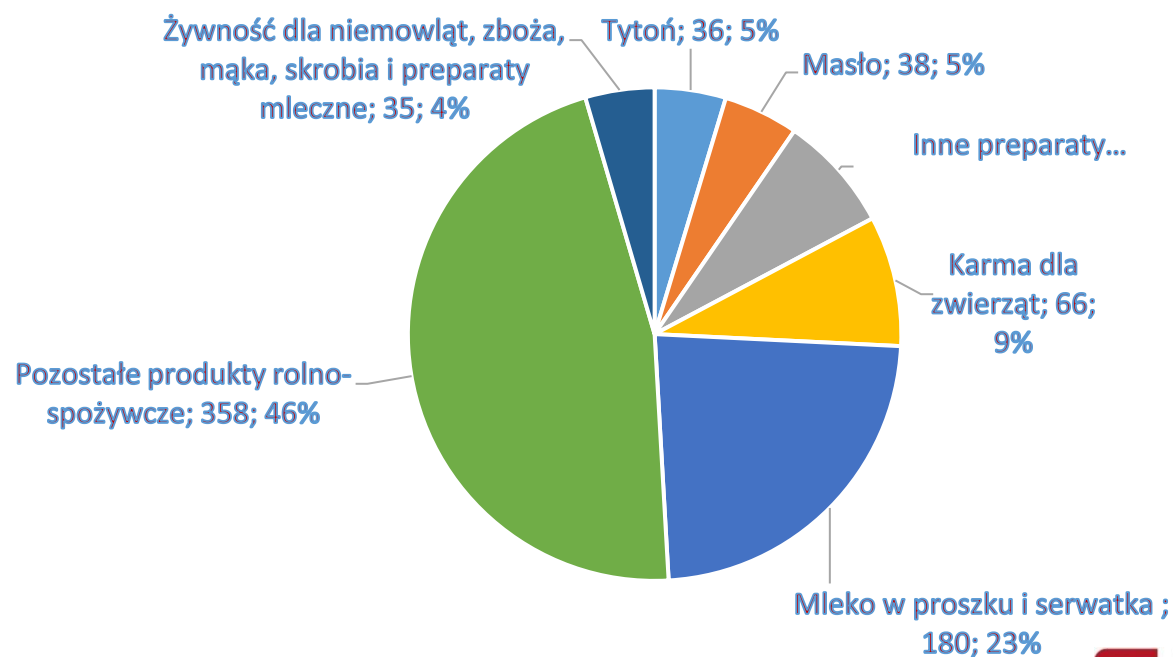


Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Sektor spożywczy: struktura handlu sprzed epidemii COVID-19

Globalny eksport towarów do Indonezji w 2018 r. wyniósł 188,7 mld USD (wzrost o 19,9% od 2017 r.).

Struktura eksportu produktów rolno-spożywczych z EU do Indonezji w 2018 roku (wartości w milionach euro):



Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Sektor spożywczy: szansa dla Polski

Polski eksport do Indonezji w 2019r. wzrósł aż o 46,4%, osiągając najwyższy w historii poziom 214 milionów USD.

Pomimo tego Polska znajduje się dopiero w 4 dziesiątce głównych rynków eksportowych do Indonezji. Przegrywa z mniejszymi państwami europejskimi jak Austria, Szwajcaria, Belgia, Białoruś, a także z wieloma gospodarkami rozwijającymi się m.in Sudanem, Azerbejdżanem, Afryką Południową.

Olbrzymi potencjał przed polskimi producentami.

Import głównych towarów spożywczych z potencjałem dla polskiego eksportera:

Cukier i wyroby cukiernicze: 2,13 mld USD (1.1% całkowitego importu)

Owoce, orzechy 1,31 mld USD (0.69%)

Nabiał, jaja, miód 1,01 mld USD (0.54%)

Warzywa 738 mln USD (0.39%)

Owoce, nasiona owocowe, 1,52 mld USD (0,8%)

Napoje, alkohol 208 mln USD (0.11%)



Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Działania mające na celu ograniczenia barier wejścia na rynek

Bariera wejścia	Działania korygujące
Rejestracja produktu w urzędzie BPOM – od 3 do 12 miesięcy, wyłączność lokalnego partnera	Rekomendacja ZBH dla zespołu negocjacyjnego ds. umowy o wolnym handlu CEPA
Kosztowny Certyfikat Indonesian National Standard (SNI) obowiązujący na: woda butelkowana, kawa rozpuszczalna, olej palmowy, mąka pszenna i kakao, ciastka	Rekomendacja ZBH dla Eurocham o rozpoznawaniu certyfikatów międzynarodowych lub zniesieniu wymogu inspekcji fabryki przez Indonezyjczyków
Nieustalona procedura rozpoznawania lokalnie wydanego certyfikatu HALAL	Porozumienie G2G dla akceptacji cert. HALAL wydanych przez Radę Imamów w Białymstoku
Laboratory/Country recognition na owoce, warzywa i mięso – odrzucony polski wniosek na jabłka i borówki	Rekomendacja ZBH dla Ambasady RP o procedowaniu wniosku w systemie laboratory recognition rozszerzonego o inne produkty rolne
Mała wojna handlowa o olej palmowy i cichy ban na produkty mleczne i alkohole	Wkład ZBH na posiedzenia Komitetu Doradczego przy DG Trade ds. Dostępu do Rynku (MAAC)
Licencje importowe i kwoty (quota) importowe	Wprowadzenie systemu Indonesia National Single Window

Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Straty biznesu wynikające z różnic kulturowych

„Kultura zjada strategię na śniadanie” Peter Drucker

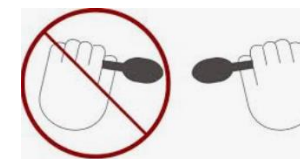
Sposób komunikacji



Pojęcie czasu i planowania



Ryzyko obrażenia partnera



Perspektywy ograniczenia barier w dostępie do rynku indonezyjskiego w związku ze zmianami gospodarczymi towarzyszącymi epidemii COVID-19

Elementy skutecznej ekspansji do Indonezji

- ✓ Produkt: atrakcyjny marketingowo, nowoczesny, kompatybilny z rynkiem, tani
- ✓ Eksporter: zdeterminowany, gotowy do inwestycji w rynek
- ✓ Strategia: dedykowana, długoterminowa, relacyjna



eksport



Jacek Kołomyjec

Kierownik Zagranicznego Biura Handlowego w Dżakarcie

Kontakt

tel.: +62 81212780044

e-mail: Jacek.kolomyjec@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl

Adres

Zagraniczne Biuro Handlowe w Dżakarcie
Indonesia Stock Exchange Tower 1 lv. 15th
ul. Jl Jend. Sudirman No.52-53, RT.5/RW.3
Senayan, Kby. Baru,
12190 Jakarta Selatan
Indonezja