

eksport











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

Przemysław Zaręba,
Kierownik ZBH Kuala Lumpur



Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Malezja – podstawowe informacje o kraju

	Nazwa Kraju	Malezja
	Język Urzędowy	Malezyjski
	Stolica	Kuala Lumpur
	Powierzchnia	329 750 km ²
	Populacja	32,4 mln
	Waluta	Ringgit (1 MYR = 0,9585 PLN, NBP 17.04.20)
	Podatki	CIT 24% SST 10/5/0% EPF 12-13% SOCSO 1,75%
	Strefa czasowa	UTC + 8
	PKB per capita	11 373 USD (2018)
	Export	Ekspert (ogółem): 238 mld USD (2019, ITC) Import (ogółem): 205 mld USD (2019, ITC)



Ekspert z Polski do Malezji: 254 mln USD (2019, GUS)
Import z Malezji do Polski: 958 mln USD (2019, GUS)

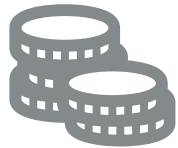
Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Eksport: charakterystyka rynku spożywczego w Malezji

- Szybko rozwijający się rynek wraz ze sporym udziałem eksportu
- Eksport w kategorii F&B stanowił 10% całego eksportu Malezji (2017)
- Rolnictwo stanowi ok. 8% malezyjskiej gospodarki (55% to usługi)
- Intensywny rozwój rynku spożywczego:
 - *Industrial Master Plan*, lata 1986-1995
 - Przetwórstwo żywności: jeden z priorytetów niezbędnych dla rozwoju kraju
 - Rynek przetwórstwa żywności: dominacja Malajów, małe i średnie przedsiębiorstwa
 - Przetwórstwo: kawa, herbata, kakao, cukier i słodczyce, przyprawy, owoce morza, produkty zbożowe, mączne
- Malezyjski eksport:
 - Główni odbiorcy handlowi to: Singapur, Chiny, Indonezja, Tajlandia, Australia, Japonia, Filipiny i Wietnam
 - Malezja to jeden z największych przetwórców kakao w Azji
 - W 2019 r. przetwory mleczne i zbożowe: jedna z głównych kategorii eksportowych (wzrost)

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Istotne czynniki dla konsumenta malezyjskiego



Cena: świadomość konsumencka

- Wzrost cen 2016-2018 r. (likwidacja części dopłat i subsydiów)
- Malezja to kraj z 3. najwyższą siłą nabywczą per capita w ASEAN-ie (po Singapurze i Brunei)
- Ok. 50% społeczeństwa Malezji to grupa konsumentów o średnich i wyższych dochodach



Opakowanie się liczy

- Łatwość przechowywania
- Wygoda użytkowania: innowacyjność opakowań i mniejszy rozmiar



Dotarcie do klientów

- Świadomie zaplanowane działania marketingowe
- Wyjście do klientów i atrakcyjna promocja sprzedaży
- Budżet na promocję w mediach społecznościowych
- Świadome budowanie marki w Malezji

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Import produktów spożywczych do Malezji

- Stały wzrost importu żywności do Malezji
 - W latach 2010 – 2018 średnio o 6,5%
 - Wzrost z 30 RM do 50 mld RM
 - Główni partnerzy to: Chiny, Indie, Tajlandia, Nowa Zelandia i Indonezja
 - Malezja to *importer netto* produktów spożywczych (2018 r. export 35 mld RM)
- Co Malezja importuje?
 - *Zboża: 7,1 mld RM (2018)*
 - Warzywa (4,6 mld RM) i owoce (3,8 mld RM)
 - Ryby i skorupiaki (4,1 mld RM), mięso (3,9 mld RM)
 - Przetwory mleczne (3,8 mld RM)



Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Na co warto zwrócić uwagę?

- 80% zapotrzebowania na wołowinę pochodzi z importu
- Importer ziaren kakao do dalszego przetwórstwa (jeden z największych w Azji)
- Stały wzrost zainteresowania takimi kategoriami jak:
 - Produkty mleczne
 - Warzywa i owoce konserwowane/ przetworzone
 - Produkty zbożowe
 - Minimalnie przetworzona żywność świeża i organiczna
 - Żywność lecznicza i odżywki spożywcze



Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Import produktów spożywczych do Malezji

Produkty i udział w rynku:



Produkty mleczne:

- dominacja Nowej Zelandii: ok.38% i Australii 10%
- USA 8,1% (największy dostawca serwatki)



Wołowina: 73% Indie, 16,4% Australia, Nowa Zelandia 6,1%



Przetworzone owoce: 28,4% Chiny, 12,6% Tajlandia



Pszenica i mąka: brak lokalnej produkcji: 37% USA, Kanada 16,3%, Rosja 15%



Ziemniaki: 32% Chiny, Niemcy 22,4%, Holandia 10,7%

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Szanse



Dochód netto napędza popyt na importowaną żywność i napoje



Korzystny wizerunek: żywność z Europy, Australii czy USA to żywność lepszej jakości



Rozwój branży hotelarsko-gastronomicznej (HRI)



Rozwój rynku sprzedaży online

Utrudnienia



Umowy o wolnym handlu z Australią i Nową Zelandią



Silna pozycja NZ i AUS na rynku spożywczym, bardzo pozytywny wizerunek



Wydłużony proces certyfikacji *halal* dla niektórych produktów (mięso wołowe, drobiowe, itp.)



Silna konkurencja producentów z Chin oraz pozostałych krajów ASEAN

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Certyfikacja *halal* w Malezji

Halal:



- *JAKIM* (Department of Islamic Development Malaysia) – certyfikacja halal
- W islamie: wszystko to, co jest dozwolone (*szariat*)
- Potwierdzenie statusu halal produktu na każdym etapie i procesie (podczas inspekcji zakładu produkcyjnego)
- Dotyczy to również surowców materiałowych
- *FHCB* (Foreign Halal Certification Body)
- Ważność 2 lata, następnie audyt kontrolny
- Import mięsa i produktów mięsnych: niezależnie od rodzaju musi mieć certyfikację halal
- Zakład produkcyjny: inspekcja *JAKIM* oraz *DVS* (Department of Veterinary Services)



Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Dopuszczone FHCB z Polski

POLAND

No	Organization & Address	Contact	Halal Logo
60	<p>Muslim Religious Union in Poland (MRU)</p> <p>ul. Piastowska 13F 15-207 Białystok Poland</p>	<p>Mr. Tomasz Miskiewicz</p> <p>Tel : 0048 605 61 2137 / 0048 857 32 4023 Fax : 0048 857 32 4023</p> <p>Email : mzr@mzr.pl / project.mzr@gmail.com / halalpoland@gmail.com</p> <p>Website : www.halalpoland.pl</p>	
61	<p>Polski Instytut Halal (Polish Institut of Halal)</p> <p>ul. Gronowa 22/ 1205 Poland</p>	<p>Abdelbasset Benzertiha (Technical Manager)</p> <p>Mob : +48 509 895 028 Tel : +48 61 820 61 00 Fax: +48 61 820 61 00</p> <p>Email: a.benzertiha@halal.biz.pl halal@halal.biz.pl</p> <p>Website: www.institutehalal.com</p>	

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

Zobowiązania podatkowo-celne na produkty importowane w Malezji

Od 1.09.2018 r.: 3 stawki SST (Sales & Service Tax)

- 10%, 5%, 0%
- Zastąpienie podatku GST czyli VAT w wysokości 6%
- Podatek SST pobierany jednorazowo w punkcie wejścia towarów, np.: port, lotnisko, itp.
- Przy imporcie towarów do Malezji pobierane są: podatek SST oraz cło
- Każda kategoria produktów ma przyporządkowaną stawkę
 - Przykład: napoje bezalkoholowe w puszkach 10%

Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

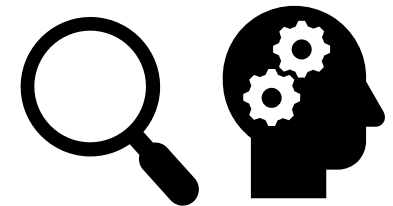
Zobowiązania podatkowo-celne na produkty importowane w Malezji

Import towarów do tzw. obszaru wyznaczonego: wyspy Langkawi, Tioman i Terytorium Federalne Labuan

- *Status duty-free (wolne od cła)*

Więcej informacji:

- Royal Malaysian Customs Department: www.customs.gov.my
- MySST oficjalna strona na temat malezyjskiego podatku od towarów i usług (SST)
- <https://mysst.customs.gov.my/FAQSalesTax>



Możliwości ekspansji na rynku malezyjskim dla polskich producentów żywności

MEUFTA: Umowa o Wolnym Handlu Pomiędzy Malezją a Unią Europejską

- Rozpoczęcie negocjacji 5.10.2010 r.
- 16 obszarów i 13 zespołów roboczych
 - Różnorodna tematyka: prawo własności intelektualnej czy środki ochrony handlu
- 8 rund negocjacyjnych pomiędzy 10.2010 a 12.2012 r.
- Koordynacja przez *Ministry of International Trade and Industry* (MITI)

- Umowa **PCA** (Partnership Cooperation Agreement) o partnerstwie i współpracy
- Kompleksowa umowa dotycząca wielu obszarów współpracy
 - Handel, inwestycje, sprawy ekonomiczne, rolnictwo
 - Technologia, nauka, edukacja
 - Środowisko, energia, opieka zdrowotna



eksport



Przemysław Zaręba

Kierownik

Zagraniczne Biuro Handlowe w Kuala Lumpur

Obsługiwane rynki:

- Malezja
- Mjanma

Adres:

UBN Tower

10, Jalan P.Ramlee

50250 Kuala Lumpur

Malezja

tel.: **0060 10 236 7857**

e-mail: przemyslaw.zareba@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl

Zapraszamy do subskrypcji newslettera PAIH,
w którym na bieżąco informujemy o kolejnych webinarach:

www.paih.gov.pl/paih_newsletter_pl