

Bariery pozataryfowe dla polskich eksporterów żywności w UE

12 czerwca 2015 r.

Raport przygotowano we współpracy
z Federacją Związków Producentów Rolnych

„Działanie sfinansowane ze środków: Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Wołowego, Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego, Funduszu Promocji Owoców i Warzyw” w ramach kampanii „Wsparcie promocji polskiej żywności poprzez niwelowanie barier w eksporcie”

pwc

*Report financed from the funds : Fund for the Promotion of pork , Beef Promotion Fund , Meat Poultry Promotion Fund , Fund for the Promotion of Fruit and Vegetables.
“Support for Food Promotion through eliminating barriers in export” campaign*

Spis treści

Streszczenie	3
1. Eksport polskiej żywności w ostatnich latach – historia sukcesu	4
2. Bariery pozataryfowe zaobserwowane przez polskich eksporterów żywności na rynkach UE	10
2.1 O naszej ankiecie.....	10
2.2 Państwa o najwyższym wskaźniku występowania barier pozataryfowych	11
2.3 . Stopień uciążliwości barier pozataryfowych	13
2.4 Najpopularniejsze i najbardziej uciążliwe bariery	14
3. Mapa barier pozataryfowych.....	17
4. Załącznik	19
Kwestionariusz internetowy	19

Polska wersja raportu została przetłumaczona z języka angielskiego.

„Działanie sfinansowane ze środków: Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Wołowego, Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego, Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.”

Streszczenie

Sukces eksportu polskiej żywności na przestrzeni ostatnich lat był bardzo imponujący. Od roku 2008 jego całkowita wartość wzrosła o prawie 70%. Jego udział w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE wzrósł z 3,6% w roku 2008 do 4,2% w roku 2014. Polska była jedynym państwem UE, który zwiększył swój udział w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE o więcej niż 1 punkt procentowy w latach od 2008 do 2014. Obecnie Polska jest 7 największym eksporterem żywności w UE, wyprzedzając od roku 2008 zarówno Wielką Brytanię i Danię.

Mięso i drób to w ostatnich latach flagowe produkty eksportu polskiej żywności. Przyczyniły się one do 29% wzrostu, a ich obecny (rok 2014) udział w całkowitym eksporcie żywności wynosi 25%. Udział polskiego eksportu w całkowitym handlu mięsem i drobiem wewnątrz UE wzrósł z 5,2% do 8,5% w roku 2014, dla produktów rybnych z 5,1% do 6,9%, dla kawy, herbaty i przypraw z 3,6% do 6,2% i dla roślin zbożowych z 2,7% do 5,1%.

Sukces tej skali nie mógł pozostać niezauważony zarówno przez lokalnych producentów żywności, jak i konkurencję z państw trzecich na głównych rynkach UE. Wynikiem tego jest rosnący nacisk wywierany na polskich eksporterów i/lub lokalnych importerów w państwach docelowych. Przejawem tego jest rosnąca liczba oraz szywność barier pozataryfowych (głównie administracyjnych) i/lub kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku przeciwko importowi żywności. Niektóre z takich akcji skierowane są bezpośrednio przeciwko polskim produktom. Głównym celem takich akcji jest zmniejszenie konkurencyjności importowanej żywności lub podważenie jej reputacji wśród lokalnych konsumentów.

PwC przeanalizowała doświadczenia polskich firm, które ostatnio były celem takich działań. Przeprowadzono specjalne multimodalne badanie. Obejmowało ona anonimowy kwestionariusz internetowy, serię wywiadów pogłębionych oraz analizę istniejących, dostępnych informacji. Istnieje kilka rodzajów barier pozataryfowych, jakie polscy eksporterzy napotykają na rynkach UE, charakter których jest silnie zróżnicowany w zależności od państwa UE. Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych, kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku oraz wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów to trzy najintensywniej stosowane środki, zaś podstawę niniejszej oceny stanowi ich zaobserwowana częstotliwość występowania i szywność.

Według eksporterów polskiej żywności, Czechy, Niemcy i Zjednoczone Królestwo to trzy państwa o najwyższym wskaźniku występowania barier pozataryfowych. Czechy i Niemcy to także państwa, w których bariery oceniane są jako najszywniejsze. Częstość występowania barier pozataryfowych najbardziej dynamicznie rośnie ostatnio na Słowacji. Węgry, Irlandia i Francja również wymieniane są wśród państw o rosnącym nasileniu problemów.

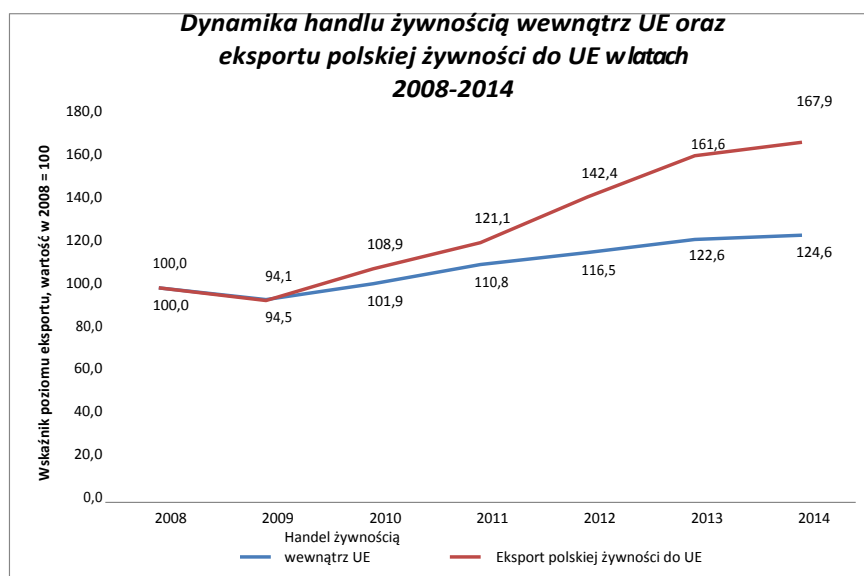
Polscy eksporterzy szacują, że ponad 30% produktów eksportowanych do państw UE stawiających bariery importowe, spotyka się z dyskryminacją. Średnio na ich pokonanie potrzeba więcej niż 4 dni robocze. Powstałe w wyniku dodatkowych działań koszty szacuje się na około 4% całkowitej wartości eksportu.

Wyniki tego badania mają jedynie charakter wstępny. Konieczna jest dodatkowa analiza. Jej celem winna być weryfikacja istnienia, szczegółowego charakteru, przyczyn i prawnych aspektów barier zauważonych przez polskich eksporterów u źródła – czyli w Państwach w których zostały one zidentyfikowane.

1. Eksport polskiej żywności w ostatnich latach – historia sukcesu

Na przestrzeni ostatnich lat eksport polskiej żywności do państw UE rozwija się bardzo dynamicznie. Całkowita wartość produktów żywnościowych eksportowanych z Polski do 27 państw Unii Europejskiej wzrosła z 8,3 miliarda EUR w roku 2008 do 13,9 miliarda EUR w roku 2014. Stanowi to łączny wzrost o 67,9% (zob. Wykres 1). Średnia roczna stopa wzrostu polskiego eksportu do UE w tym okresie osiągnęła 9%. Eksport polskiej żywności do państw UE wzrasta znacznie szybciej niż całkowita wartość handlu produktami żywnościowymi wewnątrz UE. Tempo wzrostu tego ostatniego wynosi zaledwie 4% rocznie.

Wykres 1



Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

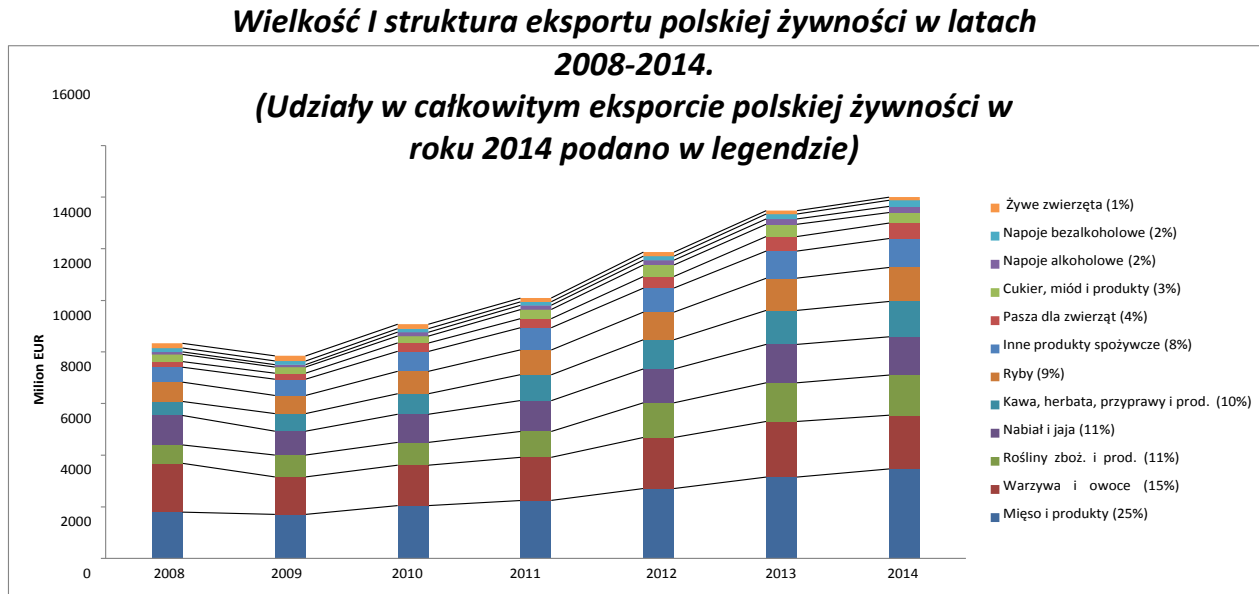
Jedyną kategorią produktów spożywczych, dla której nie odnotowano dynamicznego wzrostu eksportu były „zwierzęta żywe”. Eksport w tej grupie zmniejszył się ze 179,6 miliona EUR w roku 2008 do 119,0 miliona EUR w roku 2014. Eksport wszystkich pozostałych grup produktów rozwijał się dynamicznie. Najbardziej dynamiczny wzrost odnotowano dla „paszy dla zwierząt” (wzrost z 222,4 miliona EUR do 606 milionów EUR – o 172%). Pozostałe grupy produktów, których eksport wzrósł ponad dwukrotnie w analizowanym okresie czasu, to napoje alkoholowe, kawa, herbata, przyprawy, rośliny zbożowe oraz produkty z nich wyrabiane.

Produkty mięsne, w tym drób, stanowiły 25% całkowitego eksportu polskiej żywności w roku 2014 (zob. liczby w Wykresie 2). Wkład tej grupy do całkowitego wzrostu eksportu polskiej żywności w latach 2008-2014 wyniósł 29% (zob. Wykres 3), co oznacza, że prawie 1/3 sukcesu polskiej żywności na rynkach europejskich można przypisać przemysłowi mięsnemu.

Rośliny zbożowe oraz produkty z nich wyrabiane, jak również kawę, herbatę i przyprawy także można uznać za flagowe produkty polskiego przemysłu spożywczego na rynkach europejskich. Ich udział w całkowitym eksporcie w roku 2014 wyniósł odpowiednio 11% i 10%, zaś ich wkład we wzrost eksportu w latach 2008-2014 wyniósł 15% i 14%. Łącznie produkty te (mięso, rośliny zbożowe oraz kawa, herbata i przyprawy) stanowiły w sumie 46% eksportu polskiej żywności w roku 2014 i przyczyniły się do 58% wzrostu eksportu w latach 2008-2014.

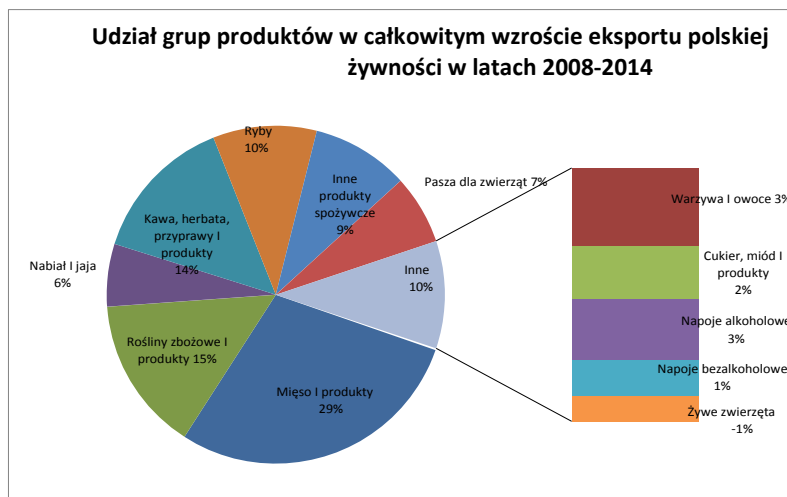
Eksport warzyw i owoców, produktów nabiałowych i ryb nie rozwijał się tak dynamicznie w ostatnich latach. Jednakże wciąż odgrywały one ważną rolę w polskim eksporcie w roku 2014, przy udziale wynoszącym odpowiednio 15%, 11% i 9% (zob. Wykres 2)

Wykres 2



Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

Wykres 3



Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

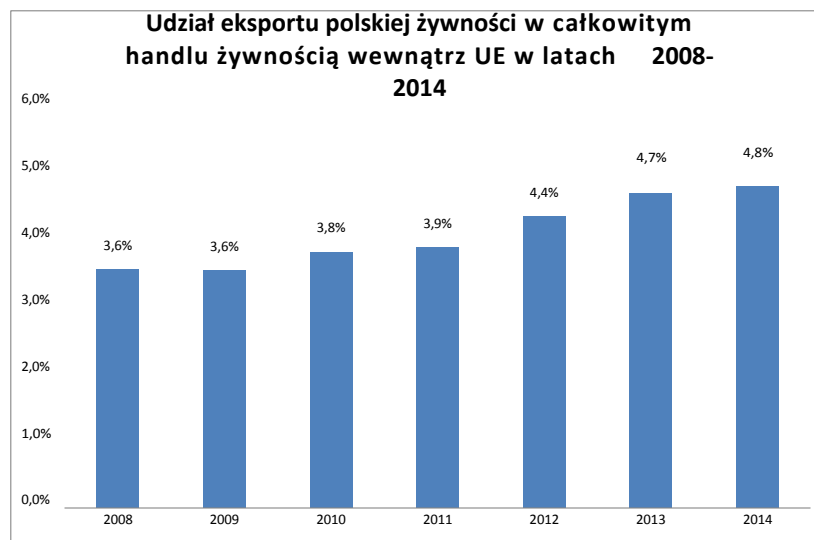
Wynikiem imponującego sukcesu polskich produktów spożywczych na rynkach europejskich był rosnący udział polskich produktów w całkowitym międzynarodowym handlu żywnością w ramach UE (zob. Wykres 4). W roku 2008 udział polskiego eksportu w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE wyniósł zaledwie 3,6%, podczas gdy w roku 2014 wynosił on już 4,8%.

Liczby te mogą nie wydawać się wyjątkowo wysokie, oznaczają one jednak, iż polska żywność zwiększyła swój udział na nieustannie rozwijającym się rynku o 1/3 na przestrzeni względnie krótkiego czasu. W rzeczywistości Polska była jedynym państwem UE, które zwiększył swój udział w całkowitym handlu żywnością wewnątrz UE o więcej niż 1 punkt procentowy w latach 2008 -2014. Obecnie Polska jest 7 największym eksporterem żywności w UE, wyprzedzając od 2008 r. zarówno Wielką Brytanię, jak i Danię.

Historia sukcesu polskiej żywności na rynkach UE wygląda jeszcze bardziej imponująco, jeśli wziąć pod uwagę tempo wzrostu eksportu wybranych grup produktów, takich jak mięso, ryby, kawa i przyprawy oraz produkty zbożowe (zob. Wykres 5). Udział polskiego eksportu w całkowitym handlu mięsem i drobiem wewnątrz UE wzrósł z 5,2% do 8,5% w roku 2014, dla produktów rybnych z 5,1% do 6,9%, dla kawy, herbaty i przypraw z 3,6% do 6,2% oraz dla roślin zbożowych z 2,7% do 5,1%.

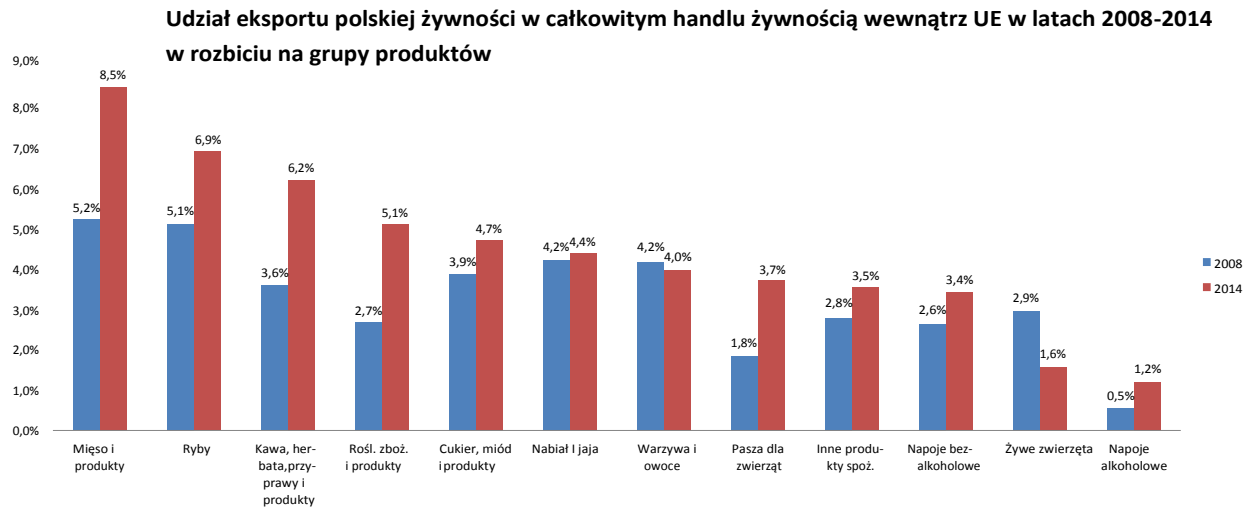
Sukces na tę skalę nie mógł pozostać niezauważony zarówno przez lokalnych producentów żywności, jak i konkurencję z państw trzecich na głównych rynkach UE.

Wykres 4



Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

Wykres 5



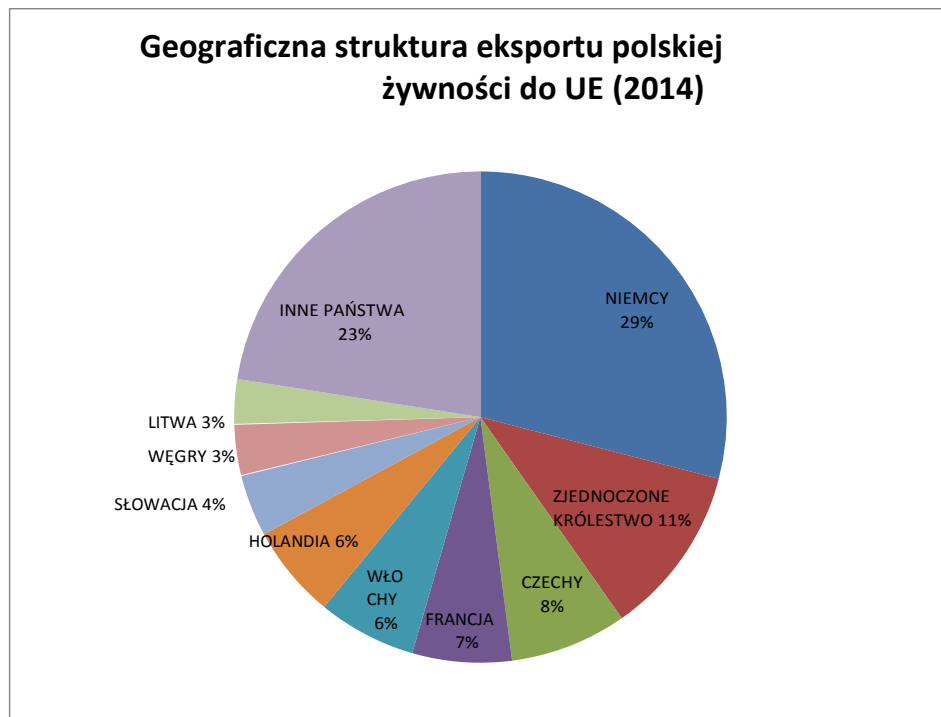
Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

Biorąc pod uwagę geograficzną strukturę eksportu polskiej żywności, nie różni się ona wiele od całościowej struktury geograficznej polskiego handlu międzynarodowego. Niemcy są największym rynkiem docelowym dla polskich eksporterów żywności. W roku 2014 trafiło tam 29% eksportu żywności (zob. Wykres 6). Zjednoczone Królestwo (11% całkowitego eksportu polskiej żywności), Czechy (8%), Francja (7%), Włochy i Holandia (po 6%) to również znaczące rynki dla polskiej żywności.

Co najważniejsze, polscy eksporterzy żywności zwiększają ostatnio swoje udziały na głównych rynkach docelowych. Udział polskich produktów w całkowitym niemieckim imporcie żywności wzrósł z 5,9% w roku 2008 do 7,6% w roku 2014. Podobne trendy zaobserwowano również w tym samym okresie w Wielkiej Brytanii (wzrost z 2,8% w roku 2008 do 4,6% w roku 2014), Czechach (16,1% do 18,3%) i we Francji (1,5% do 2,7%) oraz w wielu innych państwach UE.

Ogromny sukces polskiej żywności na większości rynków UE może tłumaczyć rosnący nacisk wywierany na polskich eksporterów i/lub lokalnych importerów w państwach docelowych. Przejawem tego jest rosnąca liczba oraz sztywność barier pozataryfowych (głównie administracyjnych) i/lub negatywne kampanie mediów przeciwko importowi żywności w ogóle, lub przeciwko importowi konkretnie polskiej żywności. Głównym celem takich akcji jest zmniejszenie konkurencyjności importowanej żywności lub podważenie jej reputacji wśród lokalnych konsumentów. Kolejny rozdział zawiera analizę związanych z tym doświadczeń polskich firm.

Wykres 6



Źródło: Analiza PwC danych EUROSTAT

2. Bariery pozataryfowe zaobserwowane przez polskich eksporterów żywności na rynkach UE

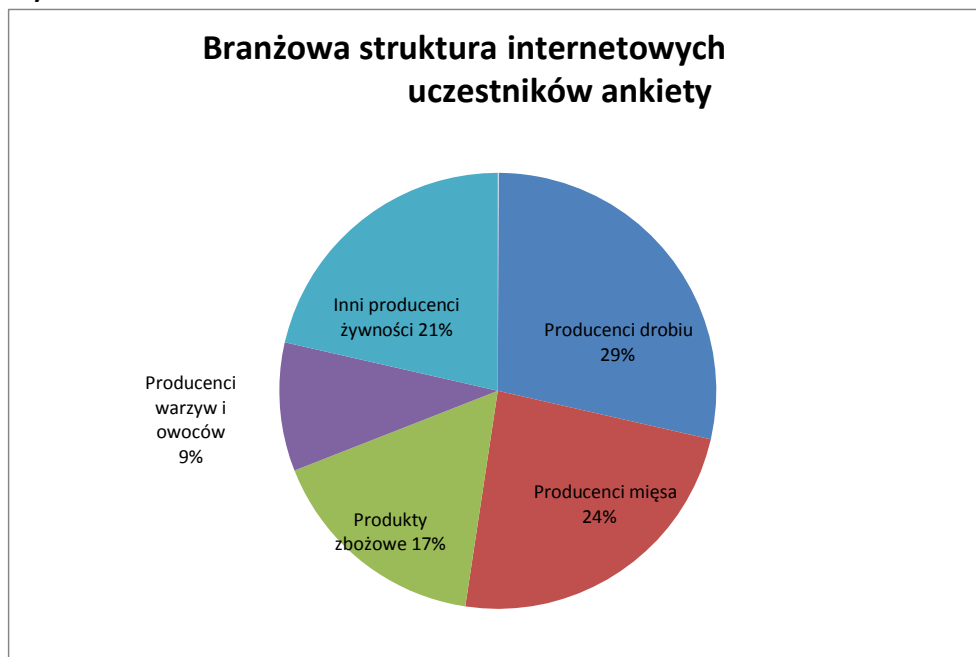
2.1 O naszej ankiecie

Wyniki przedstawione poniżej to wynik specjalnego multimodalnego badania, poświęconego barierom pozataryfowym jakie na przestrzeni ostatnich lat napotykają polscy eksporterzy żywności na rynkach UE. Badanie to zostało przeprowadzone przez PwC i zorganizowane we współpracy z Federacją Branżowych Związków Producentów Rolnych.

Badanie obejmowało anonimowy kwestionariusz internetowy, wywiady pogłębione przeprowadzone w czerwcu 2015 r. oraz analizę powiązanych dokumentów i materiałów prasowych. W sumie w ankiecie udział zdecydowały się wziąć 42 firmy, przy czym tylko połowa uczestników zdecydowała się udzielić odpowiedzi na wszystkie pytania. W celu poszerzenia i pogłębienia uzyskanych informacji PwC przeprowadziło 5 dodatkowych wywiadów z przedstawicielami wybranych związków polskich producentów żywności, uzyskaliśmy również mniej szczegółowe informacje od przedstawicieli dwóch innych związków.

Struktura uczestników badanie internetowego częściowo odzwierciedlała rzeczywistą strukturę produktową eksportu polskiej żywności, ale również występowanie i stopień intensywności występowania barier importu żywności na rynkach UE (zob. Wykres 7).

Wykres 7



Źródło: Ankieta PwC wśród polskich eksporterów żywności

Ponad połowę uczestników stanowili eksporterzy drobiu (29%) lub mięsa (24%), i są to również główne produkty eksportu polskiej żywności. Według dostępnych dokumentów i wyników wywiadów pogłębionych, eksporterzy tych produktów najczęściej i najdotkliwiej doświadczają procedur antyimportowych w państwach docelowych.

W ankiecie udział wzięła również znaczna liczba eksporterów produktów zbożowych (17%) oraz warzyw i owoców (10%). Eksporterzy innych produktów reprezentowani byli przez mniejszą liczbę firm.

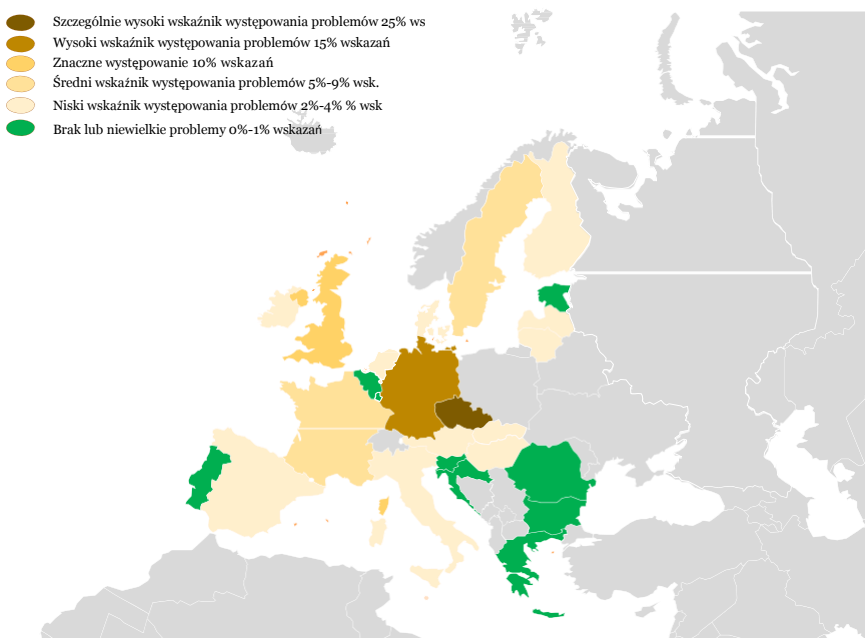
Wśród uczestników ankiety znalazły się głównie duże firmy – 62% z nich zatrudniało więcej niż 500 osób, a 90% więcej niż 100 osób. Znaczną większość (82%) tych, którzy zdecydowali się wypełnić nasz kwestionariusz stanowili doświadczeni eksporterzy, zajmujący się eksportem ponad 5 lat. Oznacza to, że ich odpowiedzi oparte były na długotrwałych obserwacjach i nie wynikają z braku doświadczenia lub niewłaściwej interpretacji przepisów obowiązujących w całej UE lub na terenie państwa.

Firmy biorące udział w ankiecie znacząco różniły się pod względem średniej rocznej wartości eksportu. W 38% przypadków średni roczny eksport przekraczał 100 milionów PLN, a dla 33% wynosił poniżej 20 milionów PLN.

2.2 Państwa o najwyższym wskaźniku występowania barier pozataryfowych

Czechy zostały uznane przez polskich eksporterów żywności za państwo w którym bariery pozataryfowe występują najczęściej (zob. Mapa 1) w UE. Zostały wskazane w 25% odpowiedzi na pytanie, w którym prosiliśmy respondentów o wskazanie maksymalnie 5 państw o najbardziej dotkliwych praktykach antyimportowych. Wynik ten został potwierdzony podczas wywiadów pogłębionych. Przypadki kampanii i środków skierowanych przeciwko polskiej żywności w Czechach były również opisywane w mediach. Kwestia ta była także szeroko omawiana przez przedstawicieli polskiego biznesu i spraw zagranicznych z czeskim Ministerstwem Rolnictwa.

Mapa 1 – Występowanie barier pozataryfowych dla importu żywności, zaobserwowane przez polskich eksporterów



Źródło: Ankieta PwC

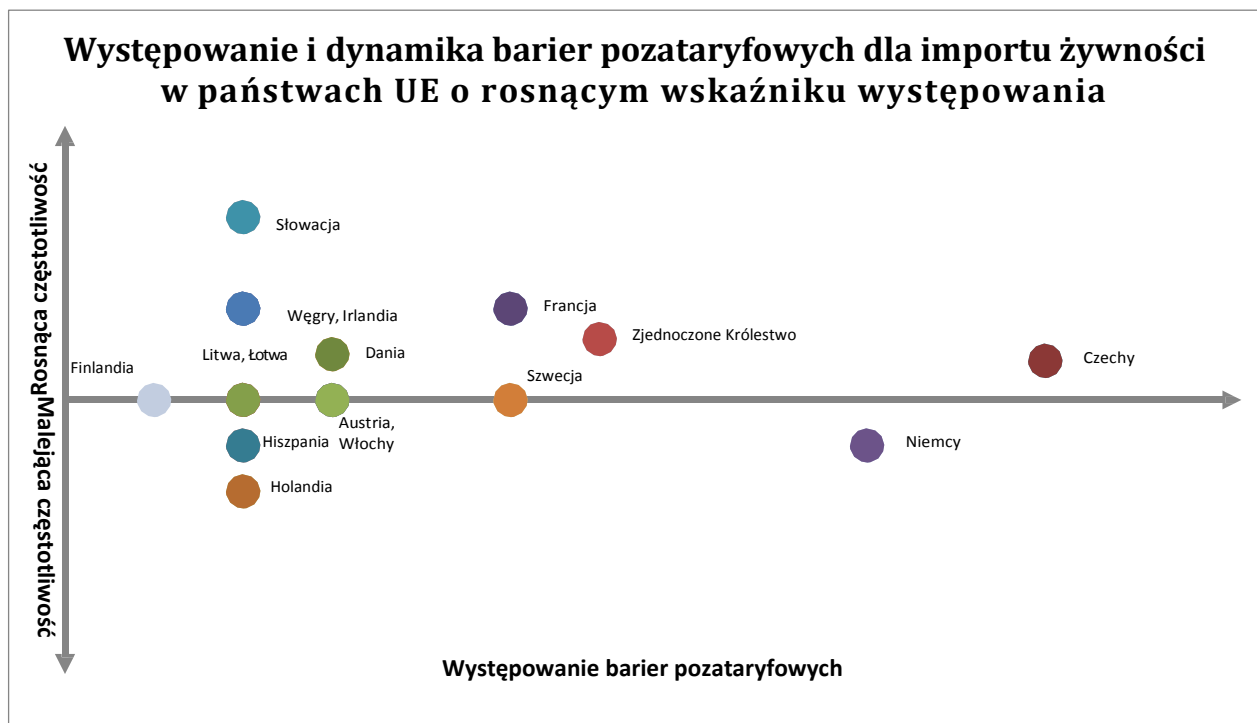
Drugim najczęściej wskazywanym krajem są Niemcy - wskazało je 15% respondentów i Zjednoczone Królestwo wskazane w 10% przypadków. Te trzy państwa stanowią główne miejsce docelowe dla eksportu polskiej żywności i w pewnym stopniu może tłumaczyć to dlaczego identyfikowane są one jako państwa najczęściej stosujące środki antyimportowe. Jednakże Czechy, będące trzecim najpopularniejszym państwem docelowym dla eksportu znajdują się na pierwszym miejscu na liście państw o najwyższym wskaźniku występowania barier. Oznacza to, że zależność pomiędzy eksportowanymi ilościami i obserwowaną częstotliwością stosowania środków antyimportowych nie jest tak oczywista, oraz że bariery dla polskiej żywności w Czechach są szczególnie uciążliwe.

W przeciwieństwie do powyższych krajów, prawie żadnych problemów nie zaobserwowano w Belgii, Bułgarii, Chorwacji, Estonii, Grecji, Portugalii, Rumunii i Słowenii, chociaż w tym ostatnim przypadku wspomniano o kilku incydentach podczas wywiadów pogłębionych.

Respondentów poproszono również o ocenę czy problem barier we wskazanych państwach ostatnimi czasy pogłębia się czy maleje (zob. Wykres 6). Słowacja, jedno z państw o niskim wskaźniku występowania środków antyimportowych w przeszłości, wskazana została jako miejsce, gdzie sytuacja pogarsza się w najszybciej. Za nią znajdują się Węgry, Irlandia i Francja. Eksport żywności staje się również coraz bardziej skomplikowany dla polskich eksporterów na rynki brytyjski i duński. Niestety sytuacja pogarsza się także w Czechach.

Na szczęście odwrotną tendencję zaobserwowano w Holandii, Hiszpanii i Niemczech. Biorąc pod uwagę wielkość tego ostatniego rynku, wydaje się, że jest to bardzo dobra wiadomość.

Wykres 8



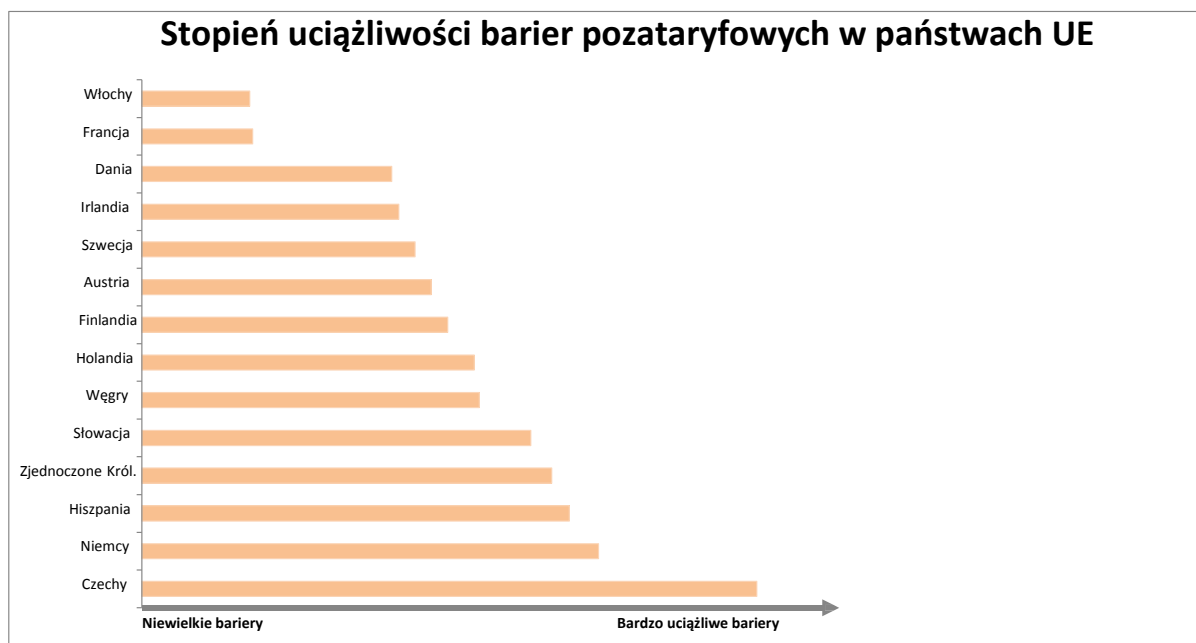
Źródło: Ankieta PwC, Mapa 1.

2.3. Stopień uciążliwości barier pozataryfowych

Oprócz obserwacji częstości występowania barier pozataryfowych, wyniki ankiety pozwoliły nam również dokonać oceny stopnia ich uciążliwości. Respondenci kwestionariusza internetowego oraz osoby, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione zostały poproszone o ocenę poziomu uciążliwości barier pozataryfowych.

Oczywiście ocena ta jest pozytywnie skorelowana z ich występowaniem (zob. Wykres 9). Czechy zostały ponownie wskazane jako państwo stwarzające najbardziej uciążliwe bariery dla importu żywności. Kolejne miejsca zajmują Niemcy i Hiszpania. Różnica w dostrzeganej uciążliwości problemów pomiędzy Czechami i pozostałymi państwami jest względnie duża. Bariery w Wielkiej Brytanii na Słowacji są również postrzegane jako nieco bardziej uciążliwe niż w pozostałych państwach. Z drugiej strony bariery stworzone we Francji i we Włoszech nie stanowią poważnych problemów dla polskich eksporterów.

Wykres 9



Źródło: Ankieta PwC

Powyższa ocena jakościowa daje nam informacje na temat uciążliwości barier dotyczących importu żywności na rynku UE. Jednakże nie daje ona informacji na temat wpływu, jaki wywierają one na konkurencyjność polskiej (lub innej importowanej) żywności. Pomimo że wyniki ankiety nie dostarczają informacji wystarczających dla dokonania takiej oceny dla każdego państwa poddanego analizie, pozwalają nam jednak stworzyć bardziej zagregowane wskaźniki.

Średnio ponad 30% produktów spożywczych eksportowanych do państw UE nakładających bariery importowe na polską żywność, podlega działaniom dyskryminującym (zob. Wykres 10). Średni dodatkowy czas jaki polscy eksporterzy zmuszeni są poświęcić na ich pokonanie szacuje się na ponad 4 dni w miesiącu. Dodatkowe koszty powstałe w wyniku tych dodatkowych utrudnień szacuje się na około 4% całkowitej wartości eksportu. Oczywiście jest fakt, iż wyniki te różnią się znacząco w zależności od państwa i rodzaju bariery. Można je jednak traktować jako ogólne wskaźniki wpływu, jaki bariery te wywierają na konkurencyjność importowanej żywności na niektórych rynkach UE.

Wykres 10

Średni procent dotkniętych produktów

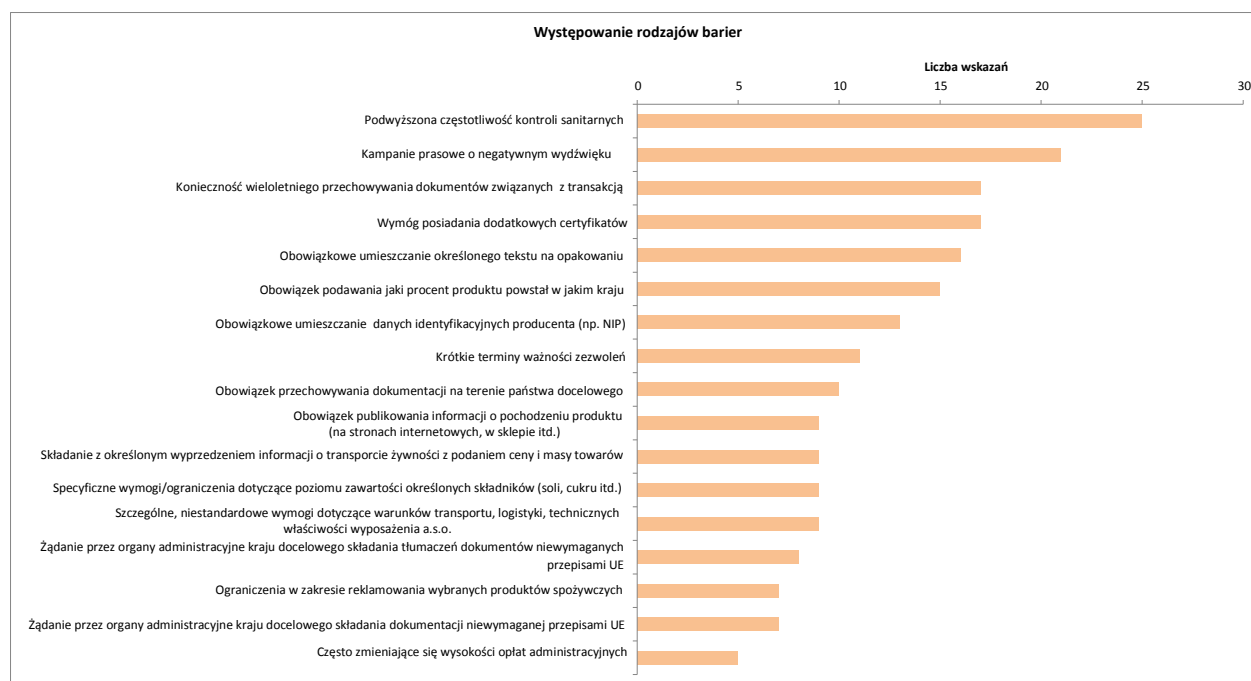


Źródło: Ankieta PwC.

2.4 Najpopularniejsze i najbardziej uciążliwe bariery

Jak dotąd analiza poświęcona była głównie występowaniu i uciążliwości barier w określonych państwach. Bariery te nie zostały jeszcze nazwane ani wyodrębnione – były traktowane jako jednorodna grupa. Nie jest to oczywiście zgodne z rzeczywistością. Stosowane bariery różnią się pomiędzy państwami. Poszczególne Państwa stosują też ich różne kombinacje.

Wykres 11



Źródło: Ankieta PwC

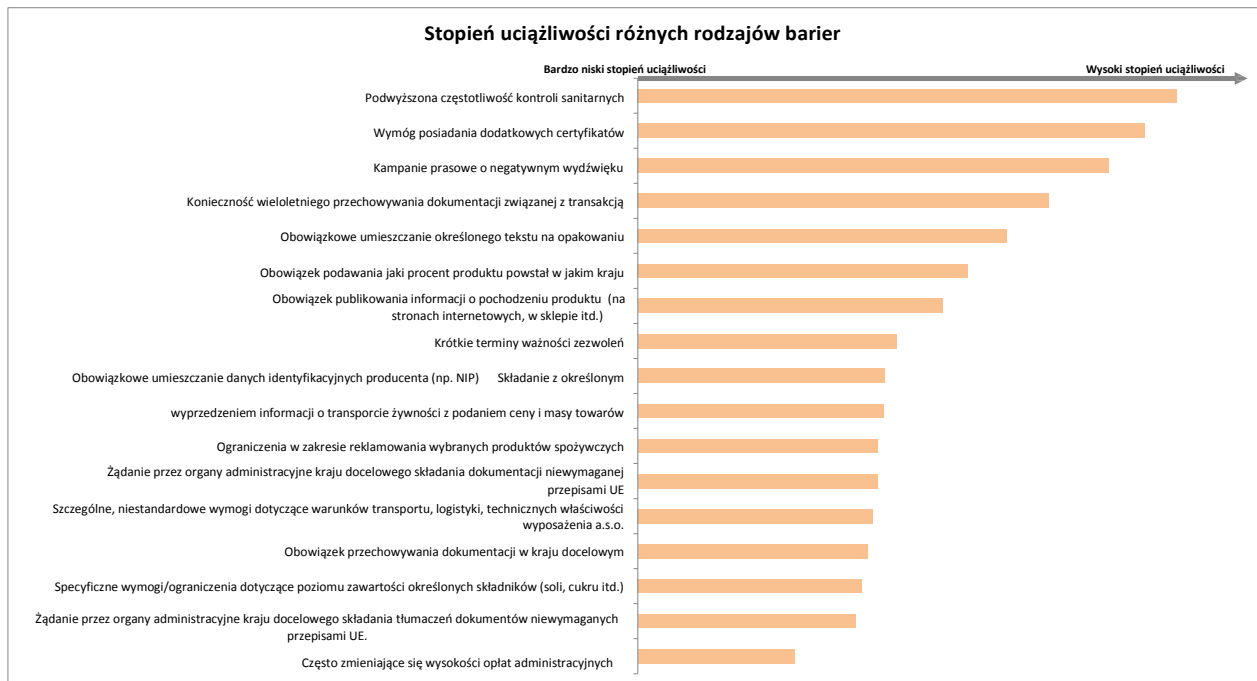
Niektóre bariery są przez Polskich producentów spotykane częściej niż inne. (zob. Wykres 11). Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych jest najpopularniejszym środkiem dyskryminacji stosowanym przez państwa UE w ramach przeciwdziałania importowi żywności. Respondenci, którzy wzięli udział w naszej ankiecie, najczęściej zwracali uwagę na ten środek (25 razy). Jest on najczęściej stosowany przez władze czeskie, ale obserwuje się go również na rynku niemieckim i brytyjskim.

Kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku to druga najpopularniejsza bariera napotykana przez polskich eksporterów żywności w państwach UE, w ankiecie została ona wskazana 20 razy. Najczęściej zaangażowane w takie działania są media czeskie. Niestety czeskie kampanie prasowe są również dość często wspomagane przez polskich dziennikarzy.

Lista popularnych barier obejmuje także: konieczność wieloletniego przechowywania dokumentacji związanej z transakcją, dodatkowe certyfikaty, obowiązkowe umieszczanie określonego tekstu na opakowaniu produktu lub obowiązek podawania, jaki procent produktu powstał w jakim kraju. Wszystkie one zostały wskazane co najmniej 15 razy. Inne bariery występują z mniejszą częstotliwością.

Dostrzegana uciążliwość barier związana jest z obserwowaną częstotliwością ich występowania, choć widoczne są pewne różnice (zob. Wykres 12).

Wykres 12



Źródło: Ankieta PwC

Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych postrzegana jest przez polskich eksporterów żywności jako najbardziej uciążliwy środek dyskryminacji przeciwko importowi żywności.

Dwa pozostałe najbardziej kłopotliwe środki to wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów oraz kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku. Na pierwszy z nich szczególnie często uwagę zwracają eksporterzy mięsa, którzy zmuszeni są uzyskiwać dodatkowe certyfikaty jakości na rynku niemieckim i brytyjskim. Podczas wywiadów dogłębnych wspomniano również o istnieniu podobnych środków w Austrii i Irlandii. Pod uwagę należy jednak wziąć fakt, iż wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów jest dość często wynikiem wewnętrznych procedur lokalnych sprzedawców detalicznych, nie zaś wynikiem polityki państwa.

Warto również zauważyć, że wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów jest uważany za środek nieco bardziej uciążliwy niż kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku. Tłumaczyć to może specyficzna charakterystyka tych ostatnich, które nie wpływają bezpośrednio na obecne warunki handlowe. Mogą mieć one jednak fatalne skutki długofalowe.

Kolejne cztery bariery postrzegane są jako nieco mniej uciążliwe, a są to: konieczność wieloletniego przechowywania dokumentacji związanej z transakcją, obowiązek umieszczania określonego tekstu na opakowaniu produktu, obowiązek podawania jaki procent produktu powstał w jakim kraju oraz obowiązek publikowania informacji o pochodzeniu produktu.

3. Mapa barier pozataryfowych

Ostatnim etapem analizy było sporządzenie mapy łącznego występowania i uciążliwości określonych barier na rynkach UE. Dla osiągnięcia tego celu opracowano specjalny wskaźnik. Wskaźnik ten jest połączeniem dwóch mierników: częstości występowania określonych barier w poszczególnych państwach oraz oceny ich uciążliwości.

Uzyskano tabelę (zob. Tabela 1) przedstawiającą „mapę” barier według ich względnej intensywności w całej Europie. Tabela przedstawia zarówno bariery, jak i państwa uporządkowane według intensywności napotykanego problemu. Opracowany wskaźnik ma charakter względny, zatem z definicji przyjął on maksymalną wartość (100) co najmniej dla jednej bariery w jednym państwie. Może być ona traktowana jako wartość podstawowa. Wszystkie pozostałe wartości wskaźnika należy interpretować w odniesieniu do tej wartości.

Tabela 1 – Mapa barier pozataryfowych zaobserwowanych przez polskich eksporterów żywności

	Czechy	Niemcy	Słowacja	Hiszpania	Węgry	Holandia	Wielka Brytania	Dania	Finlandia	Austria	Szwecja	Francja	Irlandia	Włochy
Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych.	100	42	19	23	15	19	26	27	19	19	19	12	19	19
Kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku wobec zagranicznych producentów towarów.	92	50	19	6	15	0	50	23	0	8	19	35	19	0
Wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów jakości produktów (np. Certyfikat QS).	26	31	15	12	15	15	35	23	19	12	19	12	19	0
Konieczność wieloletniego przechowywania dokumentów związanych z transakcją.	28	18	15	8	15	19	26	23	0	0	19	15	19	19
Obowiązek podawania, jaki procent produktu powstał w jakim kraju.	65	8	15	19	15	15	6	12	19	19	0	0	0	0
Obowiązkowe umieszczanie określonego tekstu na opakowaniu.	30	15	15	19	12	8	18	0	19	12	19	0	0	19
Krótkie terminy ważności zezwoleń.	50	6	15	10	12	0	0	12	0	19	0	0	0	19
Składanie z określonym wyprzedzeniem informacji o transporcie żywności z podaniem ceny i masy towarów.	77	0	19	12	12	15	6	0	0	0	0	0	0	0
Obowiązkowe umieszczanie danych identyfikacyjnych producenta (np. NIP).	29	15	15	15	12	15	6	8	19	0	0	0	0	0
Obowiązek publikowania informacji o pochodzeniu produktu (np. na stronach internetowych, w sklepie).	17	6	19	27	15	19	0	0	19	0	0	0	0	0
Specyficzne wymagania dotyczące warunków transportu lub logistyki, np. wymogi techniczne wobec floty transportowej, warunków przechowywania, płac.	12	35	12	27	0	15	0	12	0	0	0	0	0	0
Zaostrzone wymagania poziomu części składników w produktach spożywczych (np. soli, cukru).	8	27	12	12	12	0	21	15	0	0	0	0	0	0
Obowiązek przechowywania dokumentacji na terenie kraju docelowego.	23	8	15	6	0	12	6	8	19	6	0	0	0	0
Żądanie przez organy administracyjne kraju docelowego składania tłumaczeń dokumentów niewymaganych przepisami UE.	8	15	8	12	19	19	0	12	0	0	0	0	0	0
Ograniczenie możliwości reklamowania wybranych produktów spożywczych.	15	6	15	12	15	15	0	12	0	0	0	0	0	0
Żądanie przez organy administracyjne kraju docelowego składania dokumentacji niewymaganej przepisami UE.	10	8	15	12	15	19	0	0	0	0	0	12	0	0
Zmieniające się wysokości opłat administracyjnych.	10	0	15	12	12	0	0	0	0	6	0	0	0	0

Źródło: Ankieta PwC

Jak można się spodziewać z wcześniejszych analiz, podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych w Czechach uważana jest przez polskich eksporterów żywności za najbardziej uciążliwą barierę pozataryfową, jaką napotyka w państwach UE. Wskaźnik w tym przypadku osiąga maksymalną wartość 100, kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku w Czechach uważane są za drugą najbardziej uciążliwą barierę (wskaźnik osiąga wartość 92).

Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych uważana jest również za najbardziej uciążliwą barierę biorąc pod uwagę wszystkie państwa. Drugie miejsce zajmują kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku, a trzecie wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów.

Państwa w tabeli uporządkowane są również według sumy wskaźników dla wszystkich barier. Jak można z łatwością zauważyć, niektóre państwa, które nie były wcześniej wskazywane jako te o najwyższym wskaźniku występowania lub uciążliwości, zajmują względnie wysokie pozycje w tym konkretnym rankingu. Są to mianowicie: Słowacja, Węgry i Holandia. Ich wysoka pozycja na mapie jest wynikiem względnie szerokiego zakresu stosowanych przez nie środków antyimportowych (według uczestników ankiety), z których żaden nie występuje ze szczególnie dużą częstotliwością i nie jest szczególnie uciążliwy.

Niniejsza analiza wskazuje również bariery, które są specyficzne dla poszczególnych państw. Jak widać, składanie z określonym wyprzedzeniem informacji o transporcie żywności z podaniem ceny i masy towarów jest specyficzne dla Czech. Wartość wskaźnika dla tej bariery wynosi 77, czyli jest znacznie wyższa niż w jakimkolwiek innym państwie. To samo dotyczy obowiązku informowania, jaki procent produktu powstał w jakim kraju oraz krótkich terminów ważności zezwoleń.

Jeśli chodzi o kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku, są one najbardziej uciążliwe również w Czechach, lecz mogą być także źródłem stosunkowo dużych utrudnień dla polskich eksporterów na innych rynkach, takich jak: Niemcy, Wielka Brytania czy nawet Francja. Z drugiej strony wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów jest względnie najbardziej uciążliwy w Wielkiej Brytanii, ale również w Niemczech i Czechach.

Wyniki naszej ankiety dają czytelnikowi ogólne spojrzenie na częstotliwość i uciążliwość pozataryfowych barier handlowych dla polskiej żywności w UE. Dostarcza ona również wstępne informacje na temat względnej intensywności występowania określonych barier w poszczególnych państwach.

Interpretując powyższe wyniki należy jednak pamiętać, iż mają one jedynie charakter wstępny. Konieczna jest dodatkowa analiza. Jej celem winna być weryfikacja istnienia oraz charakteru barier zauważonych przez Polskich eksporterów na poziomie państw źródłowych. Następnym krokiem winna być weryfikacja ich charakteru i pochodzenia, czy są one wynikiem polityki państwa, nacisków ze strony konsumentów, wewnętrznych procedur prywatnych podmiotów gospodarczych, czy działań stron trzecich.

4. Załącznik

Kwestionariusz internetowy

Szanowni Państwo!

Wraz z Federacją Związków Producentów Rolnych pragniemy zaprosić Państwa do wzięcia udziału w badaniu opinii na temat barier napotykanym przez polskich eksporterów produktów rolnych i spożywczych do państw UE

Ostatnimi czasy państwa UE coraz częściej stosują bariery w dziedzinie handlu, co można de facto określić jako działania protekcyjnistyczne. W celu przeciwdziałania im na poziomie europejskim, potrzebne są wiarygodne dane i argumenty. Jesteście Państwo jedynym i najlepszym źródłem tych informacji. Będąc w ich posiadaniu jesteście w stanie określić stopień intensywności tych barier na rynkach UE oraz ich wpływ na Państwa konkurencyjną pozycję.

Kwestionariusz, który Państwo wypełniają jest całkowicie anonimowy.

W pierwszej części prosimy Państwa o podanie ogólnych informacji na temat Państwa firmy, w szczególności: rodzaj eksportowanych produktów, kraje docelowe, wielkość sprzedaży i zatrudnienia. Informacje te są nam niezbędne do określenia wpływu ograniczeń analizowanych w różnych segmentach rynku.

Następnie, prosimy Państwa o wskazanie krajów, w których napotyka Państwo najbardziej uciążliwe bariery oraz o podanie bardziej szczegółowych informacji na temat ich intensywności i wpływu na Państwa działalność.

Przygotowaliśmy dla Państwa przyciski do nawigacji po kwestionariuszu. Umożliwiają one przechodzenie do następnej strony oraz powrót do odpowiedzi, które już Państwo udzielili. Jeżeli zamkną Państwo okno przed ukończeniem, łącze do ankiety pozwoli Państwu wrócić do punktu, w którym Państwo skończyli wypełniać kwestionariusz (pod warunkiem, że używają Państwo ten sam komputer / adres IP).

Dziękujemy za udzielenie uczciwych i przemyślanych odpowiedzi – im lepiej poznamy wpływ barier na Państwa działalność, tym skuteczniejsze działania będą mogły zostać podjęte.

Prosimy o wypełnienie kwestionariusza do końca dnia 28 maja.

Eksportem jakich towarów zajmuje się Państwa firma?

- Owoce i produkty z nich wyrabiane
- Warzywa i produkty z nich wyrabiane
- Drób i produkty nabiałowe
- Mięso i produkty nabiałowe
- Ryby, owoce morza i produkty z nich wyrabiane
- Mleko i produkty nabiałowe
- Ptasie jaja i produkty z nich wyrabiane
- Rośliny zbożowe i produkty z nich wyrabiane
- Cukier i konfitury
- Napoje bezalkoholowe
- Piwo
- Wino lub Cydr
- Wyroby spirytusowe
- Ryby i produkty z nich wyrabiane
- Odpady pochodzące z rolnictwa i przemysłu spożywczego
- Inne produkty rolne i przemysłu spożywczego

Ile wyniosła wartość produktów wyeksportowanych przez Państwa firmę w roku ubiegłym?

- 19 milionów zł
- 49 milionów zł
- 99 milionów zł
- 100 - 199 milionów zł
- 200 - 499 milionów zł
- 500 + milionów zł

Jaka część przychodów Państwa firmy pochodzi z eksportu?

Ilu pracowników zatrudnia Państwa firma?

- 0-9
- 10-49
- 50-99
- 100-249
- 250-499
- 500+

Od jak dawna Państwa firma działa na rynkach międzynarodowych?

- do 1 roku
- 1-2 lata
- 2-5 lat
- powyżej 5 lat

Proszę wybrać pięć krajów, do których wysyłają Państwo swoje produkty i w których napotyka Państwo najbardziej uciążliwe bariery w handlu.

- Austria
- Belgia
- Bułgaria
- Chorwacja
- Cypr
- Czechy
- Dania
- Estonia
- Finlandia
- Francja
- Grecja
- Hiszpania
- Holandia
- Irlandia
- Litwa
- Luksemburg
- Łotwa
- Malta

- Niemcy
- Portugalia
- Rumunia
- Słowacja
- Słowenia
- Szwecja
- Węgry
- Zjednoczone Królestwo
- Włochy

Pozostała część ankiety zawiera listę barier jakie mogą Państwo napotkać. Pojawi się ona oddzielnie dla wszystkich krajów, które zostały wskazane jako rynki Państwa eksportu. W przypadku gdy nie spotkali się Państwo z daną barierą, prosimy zostawić pustą linię. Jeżeli w danym kraju napotyka Państwo określoną barierę, prosimy o ocenę jej uciążliwości w skali od 1 (uciążliwa w niewielkim stopniu) do 5 (bardzo uciążliwa). Następnie w odniesieniu do każdego kraju znajdują się pytania dotyczące dodatkowego czasu potrzebnego na pokonanie napotkanych barier, procentowej części Państwa produktów przez nie dotkniętych oraz dodatkowych kosztów przez nie wygenerowanych. Na końcu poprosimy Państwa o ocenę, czy bariery te są coraz bardziej czy mniej uciążliwe.

Trudności w handlu z : (Ograniczenie, z którym nie spotkali się Państwo w tym kraju, należy pozostawić bez odpowiedzi)

	1	2	3	4	5
Kampanie prasowe o negatywnym wydźwięku					
Konieczność wieloletniego przechowywania dokumentacji związanej z transakcją					
Podwyższona częstotliwość kontroli sanitarnych					
Krótkie okresy ważności zezwoleń					
Obowiązek podawania jaki procent produktu powstał w jakim kraju					
Obowiązek przechowywania dokumentacji w kraju docelowym					
Obowiązek publikowania informacji o pochodzeniu produktu (na stronach internetowych, w sklepach itd.)					
Obowiązkowe umieszczanie danych identyfikacyjnych producenta (np. NIP)					
Obowiązek umieszczania określonego tekstu na opakowaniu					
Ograniczenia w zakresie reklamowania wybranych produktów spożywczych					
Składanie z określonym wyprzedzeniem informacji o transporcie żywności z podaniem					
Stosowanie minimalnych stawek płac obowiązujących w kraju docelowym					
Wymóg posiadania dodatkowych certyfikatów					
Szczególne wymogi/ograniczenia dotyczące poziomu zawartości określonych składników					
Często zmieniające się wysokości opłat administracyjnych					
Szczególne, niestandardowe wymogi dotyczące warunków transportu, logistyki,					
Żądanie przez organy administracyjne kraju docelowego składania dokumentacji					
Żądanie przez organy administracyjne kraju docelowego składania tłumaczeń					
Inne					

Dla wybranych barier napotkanych podczas handlu zProszę ocenić wpływ tych ograniczeń na czas i koszty jakie Państwo ponoszą.

Ile dni w miesiącu średnio zajmuje pokonanie wybranych ograniczeń przy sprzedaży produktów do ?

O ile powinni Państwo podnieść cenę swoich produktów w , w celu zniwelowania kosztów wynikających z dodatkowych barier i procedur administracyjnych (proszę podać wartość w procentach)?

Jaki odsetek Państwa towarów sprzedawanych klientom w dotyczą wybrane przez Państwa utrudnienia?

Jak oceniają Państwo uciążliwość barier, napotkanych podczas handlu z ?

- uległa znacznemu zmniejszeniu
- uległa niewielkiemu zmniejszeniu
- bez zmian
- uległa niewielkiemu zwiększeniu
- uległa znacznemu zwiększeniu

Report Prepared by
PricewaterhouseCoopers sp. z o.o.

„Działanie sfinansowane ze środków: Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, Funduszu Promocji Mięsa Wołowego, Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego, Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.”

Data wydania
12 czerwca 2015 r.

Niniejszy Raport został przygotowany przez PricewaterhouseCoopers sp. z o.o. („PwC”). Praca nad dokumentem trwała od kwietnia do maja 2015 r. i polegała na przeprowadzeniu niezależnych badań przedmiotowego rynku oraz na analizie jego kluczowych elementów w odniesieniu do wybranych propozycji zmian regulacyjnych. Aby zapewnić niezależność i obiektywizm Raportu, PwC prowadziła prace niezależnie. Strony trzecie nie miały możliwości ingerencji w treść Raportu.

Dokument przedstawiony przez PwC jest oparty o informacje uzyskane z wielu źródeł, m.in. od uczestników rynku, a także z analizy danych zastanych, publikacji medialnych itp. PwC nie weryfikowała jednak źródeł oraz prawdziwości informacji przez nie dostarczanych lub opisanych. W związku z powyższym PwC nie odpowiada za nie i nie udziela gwarancji dotyczących kompletności i dokładności niniejszego Raportu.

PwC nie świadczyła dodatkowych usług po 15 maja 2015 r., tj. dacie dostarczenia produktów końcowych projektu. Raport nie uwzględnia efektów zdarzeń i okoliczności, które miały miejsce oraz informacji, które pojawiły się po tej dacie, tj. po terminie dostarczenia produktów końcowych prac. PwC nie odpowiada za wpływ ww. efektów zdarzeń, okoliczności oraz informacji na wynik końcowy Raportu.

Zwracamy uwagę na zawarte w Raporcie istotne komentarze dotyczące zakresu prac PwC, celu, w jakim Raport został sporządzony i będzie używany oraz założeń i ograniczeń w dostępie do informacji, na których opieraliśmy nasz Raport. Niezależnie od podstawy działania – czy to kontraktowej, czy deliktowej – w ramach obowiązującego prawa PwC nie ponosi żadnej odpowiedzialności za czyny i konsekwencje ponoszone przez osoby trzecie ani żadne decyzje podjęte lub nie na podstawie niniejszego Raportu.