

POLÓNIA

AZEITE – NOTA SECTORIAL

Elaboração: Delegação em Varsóvia

Data: Março 2006

NOTA SECTORIAL – MERCADO DA POLÓNIA

AZEITE

Breve caracterização do sector

A Polónia não é um país produtor de azeite.

Do ponto de vista de conteúdo de ácidos gordos, que determinam o valor nutritivo do azeite para o consumo, o produto que compete com o azeite no mercado polaco é o óleo de colza (uma planta oleaginosa muito frequente na Europa Central) produzido e consumido tradicionalmente na cozinha polaca.

No mercado polaco, o consumo de azeite constitui ainda uma pequena parte do consumo de gorduras vegetais sendo muito superior o consumo de óleo de colza devido, fundamentalmente, ao seu preço baixo (muito inferior ao do azeite).

Conforme a AC Nielsen, a estrutura de vendas de gorduras vegetais, de ponto de vista quantitativo, apresenta-se de seguinte maneira:

- óleo de colza – 89%
- óleo de girassol – 4%
- azeite – 4%
- óleo de soja – 1%
- outros – 2%

A estrutura de vendas de gorduras vegetais de ponto de vista do valor, apresenta-se de seguinte maneira:

- óleo de colza – 77%
- azeite – 12%
- óleo de girassol – 6%
- óleo de soja – 1%
- outros – 4%

O azeite era um produto quase desconhecido na Polónia, mas hoje em dia o seu uso tornou-se muito frequente nos consumidores com mais elevado poder de compra.

A importação de azeite tem aumentado sistematicamente desde a segunda metade dos anos 90, devido a uma forte promoção da dieta mediterrânea, como uma dieta saudável onde é bastante comum o uso do azeite.

Para a divulgação destes hábitos contribuíram decisivamente as viagens de férias dos polacos para os países do Sul da Europa.

No mercado polaco estão presentes os seguinte tipos de azeite: extra virgem, virgem, refinado e uma grande quantidade de azeite feito dos restos das azeitonas trituradas.

O azeite é vendido em todos os estabelecimentos de venda de produtos alimentares, desde as grandes superfícies, lojas tipo “delicatessen” até às pequenas mercearias e lojas tipo “discount”. Obviamente que a qualidade do produto oferecido ao consumidor nestes vários

estabelecimentos difere bastante de estabelecimento para estabelecimento.

O azeite é oferecido em vários tamanhos de garrafas de vidro, em lata ou em garrafas de plástico.

Importações polacas e posicionamento de Portugal

Posição Pautal: 1509 – Azeite de oliveira

País	2002		2003		2004	
	Valor	Quota (%)	Valor	Quota (%)	Valor	Quota (%)
1º Itália	4027	68,8	5884	67,4	7033	52,6
2º Espanha	1525	26,0	2104	24,1	5581	41,8
3º Grécia	240	4,1	676	7,8	564	4,2
4º França	-	-	-	-	85	0,6
Outros	62	1,1	63	0,7	98	0,7
Total	5854		8727		13361	

Fonte: GUS – Instituto Nacional Polaco de Estatística
Unidade: Mil USD

Segundo dados das estatísticas polacas (GUS), as importações mostram uma tendência crescente e em 2004 atingiram o valor de 13361 mil USD, tendo registado um aumento bastante significativo de 65,3% em relação a 2003.

O mercado está praticamente dominado pelos produtos italianos e espanhóis. Durante os 3 anos analisados, manteve-se a ordem dos fornecedores, com uma forte liderança italiana, mas em 2004 a Itália começou a perder o terreno em favor da Espanha.

Segundo os valores do INE (Portugal), a Polónia não tem nenhuma relevância como cliente para Portugal, pois em 2002 colocou-se na penúltima 74ª posição com as vendas a atingirem um valor de 11 mil Euros o que correspondeu a apenas 4 toneladas de azeite. Em relação aos anos posteriores as exportações não tiveram relevância.

Produtos / Clientes / Serviços

Principais clientes / indústrias:

- Importadores
- Distribuidores/Grossistas
- Retalho
- Sector HoReCa

Oportunidades

A tradição mediterrânea de temperar os pratos com um fio de azeite, substituindo muitas vezes as gorduras animais, geralmente presentes na cozinha polaca, entra cada vez mais nos hábitos culinários dos polacos, especialmente como complemento às saladas de legumes, consumidas em grandes quantidades.

Essas alterações nos hábitos de consumo da população abrem excelentes oportunidades de negócios para alguns dos produtos da chamada “dieta mediterrânea”.

O azeite português tem potencial para se posicionar nos segmentos de preços médio e médio alto e concorrer directamente com a oferta italiana, espanhola ou grega.

É fundamental que nesta altura se efectue uma maior aposta promocional neste mercado, através de uma participação mais activa em feiras da especialidade, festivais gastronómicos, etc.

Associações sectoriais

Não existe

Feiras sectoriais

IFE - INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION
Feira Internacional de Produtos Alimentares (Varsóvia)
www.ifepoland.com

POLAGRA-FOOD
Feira Internacional do Sector Alimentar (Poznan)
www.polagra-food.pl

Para além dessas duas maiores feiras internacionais, existem muitos outros eventos de carácter mais regional em toda a Polónia. O catálogo completo de feiras na área alimentar e de agricultura para o ano de 2006 encontra-se no site da Agência do Mercado Agrícola:
http://www.arr.gov.pl/data/00321/arr_inf_ang_2006.pdf

Revistas sectoriais

“MAGAZYN WINO” (“Revista Vinho”) – trimestral
<http://www.magazynwino.pl>

“NOWOŚCI GASTRONOMICZNE” (“Novidades Gastronómicas”) – mensal
<http://www.brog.pl>

“TRENDY FOOD” – bimensal
<http://www.trendyfood.pl>

Responsável pelo sector

Joanna Czarnecka

Delegação do Icep em Varsóvia, Polónia
E-mail: joanna.czarnecka@icep.pl

Data de elaboração: Março de 2006