



- POLÓNIA -

DOSSIER DE MERCADO

Promotores:



Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

INDICE

1. Caracterização geográfica, política e social	3
2. Informações Úteis	6
Formalidades na Entrada.....	6
Viajar para o País.....	6
Cuidados de Saúde	7
Telecomunicações	7
Hora Local.....	7
Horários de Funcionamento.....	7
Feriados.....	7
Corrente Elétrica	8
Transparência.....	8
Facilidade de Negócio.....	8
Ranking Global	8
Risco País (AAA = risco menor; D = risco maior) – EIU	8
3. Economia	8
Comércio Internacional.....	10
4. Relações Económicas com Portugal	12
5. Condições Legais de Acesso ao Mercado	15
Regime Geral de Importação.....	15
Regime de Investimento Estrangeiro	16
Principais Centros Económicos.....	18
Principais vantagens e barreiras no mercado.....	19
6. Setor Agroalimentar e relação comercial com a Polónia	19
Perfil dos consumidores polacos e hábitos de compra	19
Concorrência.....	26
7. Principais Feiras de Alimentos e Bebidas na Polónia em 2017	34
8. Contatos Úteis.....	35
Em Portugal.....	35
Na Polónia	36

1. Caracterização geográfica, política e social



Fonte: The Economist Intelligence Unit (EIU)

Localização: Europa Central

Área total: 311.889 km²

População: 38.005.614 habitantes (2015) - Feminina 51,6% e Masculina 48,4%

População em % da população total da EU: 7,5 % (2015)

Esperança média de vida à nascença: 77,8 anos (2014)

População urbana: 60,6% da População Total em 2015

Densidade populacional: 124,1 por km²

Designação oficial: República da Polónia

Estrutura Administrativa: 16 províncias

Fronteiras terrestres: 3.071 km com a Alemanha (467 km), Bielorrússia (418 km), Eslováquia (541 km), Lituânia (104 km), República Checa (796 km), Rússia/Kaliningrad Oblast (210 km) e Ucrânia (535 km).

Chefe de Estado: Andrzej Duda, desde 6 de agosto de 2015.

Primeiro-Ministro: Beata Szydlo, desde 16 de novembro de 2015.

Regime Político: República Parlamentar

Poder Legislativo: Constituído pelo Senado (100 lugares – membros eleitos diretamente em círculos por maioria simples) e o Sejm (460 lugares – membros eleitos diretamente em círculos por representação proporcional).

Principais Partidos Políticos: Lei e Justiça (PiS), Plataforma Cívica (PO), Movimento KUKIZ'15, Nowoczesna e Partido Popular Polaco (PSL).

As últimas eleições parlamentares realizaram-se em 25 de outubro de 2015 e as próximas estão previstas para 2019. As próximas eleições presidenciais estão previstas para 2020.

Adesão à União Europeia: 1 de maio de 2004

Lugares no Parlamento Europeu: 51

Capital: Varsóvia - Cerca de 1 744 351 habitantes em 2015

Outras cidades importantes

Cracóvia (cerca de 762,508 habitantes), Lodz (cerca de 700 982 habitantes), Wroclaw (cerca de 634 487 habitantes), Poznan (cerca de 552 393 habitantes), Gdansk (cerca de 461 489 habitantes), Szczecin (cerca de 409 211 habitantes), Bydgoszcz (cerca de 358 614 habitantes), Lublin (cerca de 348 120 habitantes), Katowice (cerca de 301 834 habitantes).

Clima

Frio, nublado e com precipitação frequente no inverno, clima ameno no verão, com aguaceiros e trovoadas frequentes.

Idioma oficial

Polaco, há ainda alguns dialetos intermédios entre o polaco e alemão e entre o polaco e ucraniano. O inglês é normalmente utilizado na área dos negócios.

Unidade monetária

Zloty (PLN) / Símbolo: zł

1 EUR = 4,22 PLN (Banco de Portugal, Maio 2017)

ATM: A maior parte das cidades polacas possui Bankomaty e a maioria aceita cartões Visa, MasterCard, Cirrus e Maestro.

Cartões de crédito: São aceites para pagar bens e serviços sobretudo nos estabelecimentos que exigem maiores poderes de compra e nas principais cidades polacas. Os cartões mais populares são os das redes Visa, MasterCard, Amex, Diners Club, Eurocard e Access. Para fazer *cash advance*, o melhor usar um cartão da rede Visa, já que é o mais utilizado pelos bancos polacos.

O dinheiro deve ser trocado apenas em bancos e agências de câmbio.

Preços de referência em restaurantes na Polónia (Fevereiro 2017)

Produto	Złoty	Euro (€)
Água (garrafa de 33 cl)	2,75	0,64 €
Coca-Cola / Pepsi (garrafa de 33cl)	3,70	0,86 €
Café Cappuccino	7,40	1,72 €
Cerveja importada (garrafa de 33cl)	7,00	1,63 €
Cerveja nacional (0,5 litros)	7,00	1,63 €
Comida para duas pessoas em restaurante à lista (dois pratos e sobremesa)	100,00	23,27 €
Comida em um restaurante barato (menu do dia)	20,00	4,65 €

Fonte: www.preciosmundi.com, atualizado em Fevereiro 2017.

Preços em Supermercados na Polónia (Fevereiro 2017)

Produto	Złoty	Euro (€)
Bife (1kg) chã de fora /rabadilha / pojadouro	30,50	7,10 €
Cebolas (1kg)	2,02	0,47 €
Bananas (1kg)	4,30	1,00 €
Tomates (1kg)	4,80	1,12 €
Arroz (1kg)	3,20	0,74 €
Alface (1 unid)	2,71	0,63 €
Batatas (1kg)	1,63	0,38 €
Laranjas (1kg)	4,40	1,02€
Maçãs (1kg)	2,66	0,67€
Peitos de frango (1kg)	15,40	3,58€
Cerveja Importada (33cl)	4,00	0,93€
Cerveja Nacional (0,5 litros)	2,92	0,68€

Produto	Złoty	Euro (€)
Garrafa de Vinho (qualidade média)	20,00	4,65€
Água (1,5 litros)	1,85	0,43€
Queijo Fresco (1kg)	21,10	4,91€
Dúzia de Ovos	6,50	1,51€
Pão (1kg)	2,66	0,62€
Leite (1 litro)	2,36	0,55€

Fonte: www.preciosmundi.com, atualizado em Fevereiro 2017.

2. Informações Úteis

Formalidades na Entrada

Para os cidadãos da União Europeia, em visitas que não excedam os 90 dias, basta a apresentação do passaporte ou bilhete de identidade ou cartão de cidadão. Para estadias mais longas é necessário a obtenção de uma autorização de residência.

Viajar para o País

Portugal possui ligação direta a partir de Lisboa com o Aeroporto Frédéric Chopin, pela companhia aérea TAP, com frequência diária na época alta e na época baixa os voos efetuam-se 6 vezes por semana. A duração da viagem é cerca de 4 horas.

A companhia aérea *low-cost* Wizzair possui ligação a partir de Lisboa (terças-feiras e sábados durante todo o ano) e do Porto (segundas e quartas-feiras, durante todo o ano) para Varsóvia, Aeroporto Frédéric Chopin. É possível viajar com voo direto para Varsóvia também pelo aeroporto de Modlin, através da cia aérea *low-cost* Ryanair, durante o verão há partidas de Lisboa às segundas e quintas-feiras e durante o inverno às segundas e sextas-feiras. Do Porto para Modlin, as duas partidas semanais ocorrem às terças-feiras e sábados nos meses de verão e às quartas-feiras e sábados nos meses inverno.

As ligações aéreas não diretas entre Portugal e a Polónia (via Frankfurt, Londres, Amesterdão, Paris, Zurique, etc.) são asseguradas por várias companhias, tais como: Lufthansa, British Airways, KLM, Air France, entre outras.

Cuidados de Saúde

A rede sanitária polaca é satisfatória e existem bons profissionais de saúde. Antes de viajar é necessário verificar junto da Segurança Social ou da Companhia de Seguros se o Cartão Europeu de Seguro de Doença ou o Seguro de Saúde são válidos neste país, sob pena de ser cobrada a totalidade das despesas médicas.

Telecomunicações

O indicativo internacional da Polónia é o + 48. Há quatro operadoras de telefonia móvel GSM 900/1800 (Plus GSM, Era, Orange e Play) A rede móvel é compatível com as redes portuguesas, pelo que se pode utilizar os respetivos telemóveis em *roaming*. É relativamente fácil encontrar cabines telefónicas que funcionam com cartões pré-pagos, que podem ser adquiridos nos correios e/ou nos quiosques.

Hora Local

Corresponde ao GMT mais 1h. Em relação a Portugal, a Polónia tem mais 1h tanto no horário de inverno quanto no horário de verão.

Horários de Funcionamento

Serviços Públicos e Bancos

Das 8h às 16h de segunda-feira a sexta-feira

Comércio Tradicional

Das 8h às 19h de segunda-feira a sexta-feira / 8-13h ao sábado

Outros estabelecimentos comerciais

Das 11h às 19h de segunda-feira a sexta-feira

Centros comerciais

Das 10h às 21h todos os dias (excluindo feriados nacionais, Páscoa e Natal)

Grandes superfícies comerciais (Hipermercados)

Das 9h às 21h todos os dias

Feriados

1 de janeiro – Dia de Ano Novo

6 de janeiro – Dia de Reis

1 de maio – Dia do Trabalhador

3 de maio – Dia Nacional da Polónia (aniversário da proclamação da Constituição de 1791)

15 de agosto – Dia de Nossa Senhora da Ascensão

1 de novembro – Dia de Todos-os-Santos

11 de novembro – Dia da Independência

25 e 26 de dezembro – Natal

Feriados móveis: Páscoa e Corpo de Deus

Corrente Elétrica

220-240 Volts AC, 50 Hz.

São normalmente utilizadas as tomadas de dois pinos, padrão EURO.

Competitividade

36º - *Global Competitiveness Index* 2016/17

Transparência

29º - *Corruption Perceptions Index* 2016

Facilidade de Negócio

24º - *Doing Business Report* 2017

Ranking Global

33 - EIU, entre 82 mercados

Risco País (AAA = risco menor; D = risco maior) – EIU

Risco geral – BBB / Risco Político – BBB / Risco de Estrutura Económica – BB

3. Economia

Segundo o EIU, espera-se que, no período de 2016-2019, o PIB do país, em termos reais, registre uma taxa média de crescimento anual de 3,2%. Os dados disponíveis têm confirmado esta expectativa, porém um pouco aquém do esperado, em 2016 o crescimento no PIB foi de 2,8%.

Com relação a participação no PIB dos setores de atividade em 2016 indicam a seguinte participação:

Indústria, incluindo energia	26,48%
Comércio, hotelaria e restauração	26,21%
Administração Pública	14,67%
Atividades científicas, técnicas e administrativas	8,14%
Construção	6,86%
Imobiliário	4,98%
Atividades financeiras e de seguros	4,06%
Informação e comunicação	3,91%
Agricultura	2,41%
Outros Serviços	2,27%

Fonte: OECD (2017), Value added by activity (indicator). Acesso em Julho 2017.

Os principais produtos do setor agrícola são as batatas, frutas, legumes, trigo, aves, ovos, carne de porco e laticínios.

Os setores industriais tradicionais, como a siderurgia e a construção naval, estão em declínio. Ao nível dos principais setores industriais do país destacam-se a fabricação de máquinas, as telecomunicações, o meio ambiente, os transportes, a construção civil, o processamento industrial de alimentos e as tecnologias de informação. A indústria automóvel resistiu bem aos efeitos da crise económica.

No setor dos serviços, em plena expansão, salientam-se os serviços financeiros, a logística, a hotelaria, os serviços de utilidade pública e a informática.

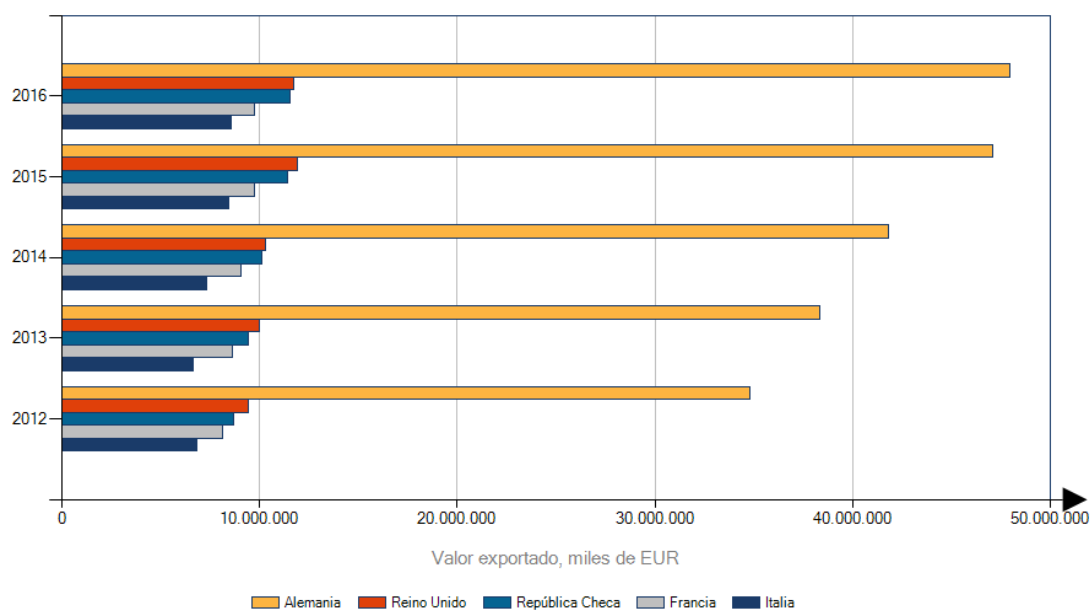
O PIB *per capita* diminuiu em 2015 para valores inferiores a 13 mil USD, em 2016 a tendência manteve-se, a previsão é de volte a aumentar em 2017 e que o valor em 2018 seja novamente superior a 13 mil USD. O consumo privado (moeda local) aumentou 3,3% em 2015. A previsão para 2016 é de um crescimento de 2,8%.

A taxa média de desemprego, com base na metodologia da UE, tem vindo a baixar, em 2015 atingiu os 7,5%. Em 2016 a taxa voltou a subir, está atualmente (Fevereiro 2017) em 8,6%.

Comércio Internacional

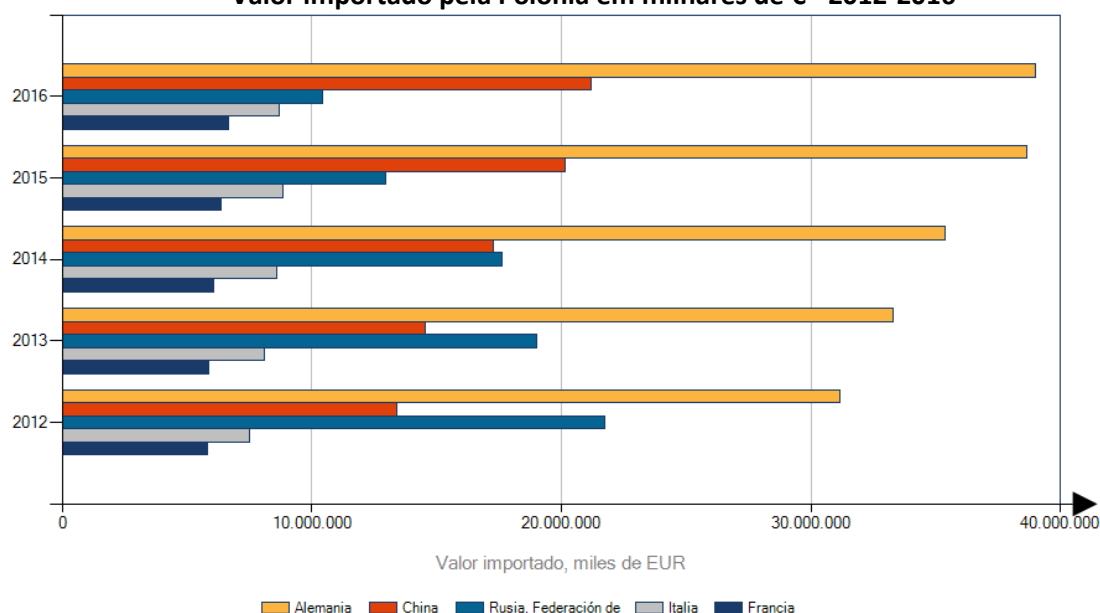
Segundo o *International Trade Centre*, relativamente aos principais clientes, destaca-se consecutivamente a Alemanha, que absorveu 27% do total das exportações da Polónia em 2016. Em análise ao mesmo período, seguiram-se o Reino Unido com 6,6%, a República Checa (6,5%), a França (5,5%) e a Itália (4,8%). Os cinco primeiros clientes representaram, em conjunto, cerca de 50,4% das suas vendas de produtos para os mercados externos em 2016.

Valor exportado pela Polónia em milhares de € - 2012-2016



Ao nível dos principais fornecedores, a Alemanha ocupa igualmente o primeiro lugar, o peso das compras de bens provenientes desse país no valor global foi de 22,9% em 2016. Nas posições seguintes surgiram a China com 12,4%, a Rússia em 3º lugar com 6,1%, a Itália na 4ª posição com 5,1% e a França com 3,9%. Os cinco primeiros mercados representaram, em conjunto, 50,4% do total importado no ano passado.

Valor importado pela Polónia em milhares de € - 2012-2016



Principais Produtos Exportados - 2016

	% Total
Máquinas e equipamentos mecânicos	13,1
Veículos auto. e outros veículos terrestres	12,2
Máquinas e equipamentos elétricos	11,5
Móveis, mobiliário médico-cirúrgico, etc.	6,0
Plásticos e suas obras	4,7

Principais Produtos Importados - 2016

	% Total
Máquinas e equipamentos elétricos	12,6
Máquinas e equipamentos mecânicos	12,5
Veículos auto. e outros veículos terrestres	9,9
Combustíveis e óleos minerais	6,2
Plásticos e suas obras	6,0

Fonte: ITC - International Trade Centre

Nas exportações polacas por produtos, as máquinas e equipamentos mecânicos ocuparam a primeira posição em 2016, representando 13,1% do total, seguiram-se os veículos automóveis e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios (12,2%), as máquinas e equipamentos elétricos (11,5%), o agrupamento referente a móveis, mobiliário médico-cirúrgico, aparelhos de iluminação e outros produtos (6,0%) e os plásticos e suas obras (4,7%). O valor agregado destes grupos de produtos representou cerca de 47,5% do total exportado em 2016.

No que se refere às importações, as máquinas e equipamentos elétricos ocuparam a primeira posição nos dois últimos anos (representando, 12,6% do valor global em 2016), as máquinas e equipamentos mecânicos na 2ª posição, com 12,5%, seguiram os veículos automóveis e outros veículos terrestres suas partes e acessórios (9,9%), os combustíveis e óleos minerais com 6,2% do total importado e os plásticos e suas obras (6,0%). Estas categorias representaram, em conjunto, aproximadamente 47,2% do montante das suas compras de bens ao exterior em 2016.

4. Relações Económicas com Portugal

No contexto do comércio internacional português de bens e serviços, a Polónia representa menos de 1% do total quer das exportações quer das importações.

De acordo com o Banco de Portugal, as exportações portuguesas de bens e serviços para a Polónia aumentaram 3,6% em 2016. O crescimento médio anual, no período 2012-2016, foi de 10,1%. As importações registaram um incremento de 25,4% em 2016. A taxa média de crescimento anual foi de 15,8% no período em análise.

O saldo da balança comercial bilateral de bens e serviços é desfavorável a Portugal, o montante de 2016 ficou em 60,9 milhões de euros negativos.

De acordo com o INE, a Polónia posicionou-se como o 12º cliente de Portugal em 2016 com 1,14% do total, a percentagem mais elevada dos últimos cinco anos. Enquanto fornecedor, a Polónia ficou no 13º lugar e 1,19% em 2016.

As exportações portuguesas de bens para a Polónia aumentaram 3,7% em 2016. O crescimento médio anual no período 2012-2016 foi de 9,4%. O valor total transacionado passou de 401,5 milhões € em 2012 para 573,7 milhões € em 2016.

As importações portuguesas de bens da Polónia aumentaram 24,5% em 2016. A taxa média de crescimento anual no período em análise foi de 15,8%. O montante das importações foi de 409,8 milhões € em 2010 passou em 2016 para 728,7 milhões €.

O coeficiente de cobertura das importações pelas exportações situou-se em 78,7%.

Numa análise às exportações de Portugal por grupos de produtos, as máquinas e aparelhos ocupam a primeira posição, correspondendo a 23,4% do total em 2016. Nesse ano, seguiram-se os produtos agrícolas (12,9%), as pastas celulósicas e papel (12,0%), os veículos e outro material de transporte (9,5%) e os plásticos e borracha (8,2%). Os cinco primeiros grupos de produtos representaram, em conjunto, cerca de 66% do montante global das exportações em 2016.

Exportações de Portugal para a Polónia por Grupos de Produtos

	2012	% Tot 12	2015	% Tot 15	2016	% Tot 16	Var % 16/15
Máquinas e aparelhos	130,0	32,4	134,9	24,4	134,4	23,4	-0,4
Agrícolas	25,3	6,3	56,2	10,2	74,3	12,9	32,2
Pastas celulósicas e papel	37,3	9,3	71,9	13,0	68,8	12,0	-4,3
Veículos e outro mat. transporte	28,3	7,1	39,9	7,2	54,2	9,5	36,0
Plásticos e borracha	41,1	10,2	46,9	8,5	47,1	8,2	0,4
Alimentares	19,9	5,0	38,4	6,9	38,1	6,6	-0,7
Metais comuns	25,5	6,3	36,0	6,5	30,1	5,3	-16,2
Matérias têxteis	16,1	4,0	27,6	5,0	29,4	5,1	6,6
Químicos	24,7	6,1	27,9	5,0	28,7	5,0	3,0
Calçado	3,6	0,9	9,9	1,8	19,5	3,4	97,1
Madeira e cortiça	11,8	2,9	14,7	2,7	10,0	1,7	-32,1
Minerais e minérios	5,5	1,4	11,1	2,0	8,8	1,5	-20,8
Instrumentos de ótica e precisão	1,7	0,4	4,0	0,7	4,7	0,8	16,7
Peles e couros	2,9	0,7	4,0	0,7	4,4	0,8	8,7
Vestuário	8,5	2,1	4,3	0,8	4,1	0,7	-4,6
Combustíveis minerais	0,3	0,1	0,2	0,0	0,3	0,0	27,0
Outros produtos (a)	19,2	4,8	25,5	4,6	16,9	2,9	-33,8
Total	401,5	100,0	553,2	100,0	573,7	100,0	3,7

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

De acordo com dados do INE, o número de empresas portuguesas exportadoras para a Polónia tem vindo a aumentar, passando de 1.002 em 2011 para 2.136 em 2016.

A presença de empresas portuguesas no mercado polaco também é significativa, cabendo salientar algumas empresas/grupos económicos, como por exemplo: BA Vidro, Millennium BCP, Carfi, Colep Portugal, Colquímica, EDP, Glinnt, Efacec Engenharia e Sistemas, Grupo Jerónimo Martins, Grupo Mota-Engil, Grupo Martifer, Wedo Consulting, Simoldes, Modessa (Parfois) e MSF.

Com relação às importações portuguesas de produtos polacos, as máquinas e aparelhos situam-se na primeira posição, sendo o peso no total de 28,6% em 2016; seguiram-se, o agrupamento relativo a outros produtos (18,9%), os veículos e outro material de transporte (14,5%), os produtos agrícolas (8,6%) e os produtos químicos (8,1%). Os cinco primeiros grupos de produtos representaram, em conjunto, cerca de 78,7% do respetivo valor global.

O mercado polaco ocupa uma posição modesta com relação ao comércio internacional português de serviços. As suas parcelas enquanto fornecedor foram sempre inferiores às registadas como cliente, no período 2012-2016.

Importações de Portugal Provenientes da Polónia por Grupos de Produtos

	2012	% Tot 12	2015	% Tot 15	2016	% Tot 16	Var % 16/15
Máquinas e aparelhos	150,0	36,6	161,4	27,6	208,4	28,6	29,1
Veículos e outro mat. transporte	24,7	6,0	59,6	10,2	105,9	14,5	77,8
Agrícolas	32,6	8,0	59,1	10,1	62,8	8,6	6,1
Químicos	46,0	11,2	48,9	8,4	58,8	8,1	20,1
Metais comuns	20,2	4,9	28,5	4,9	32,4	4,4	13,9
Plásticos e borracha	14,0	3,4	25,2	4,3	27,5	3,8	9,1
Alimentares	16,9	4,1	22,1	3,8	22,8	3,1	3,2
Pastas celulósicas e papel	5,5	1,3	17,0	2,9	15,4	2,1	-9,8
Instrumentos de ótica e precisão	5,5	1,3	12,2	2,1	14,5	2,0	19,1
Peles e couros	3,8	0,9	14,8	2,5	12,3	1,7	-16,7
Matérias têxteis	3,1	0,8	8,4	1,4	10,2	1,4	21,1
Madeira e cortiça	1,7	0,4	3,5	0,6	7,7	1,1	121,5
Minerais e minérios	1,9	0,5	6,2	1,1	6,3	0,9	1,5
Vestuário	0,2	0,0	0,8	0,1	3,0	0,4	284,7
Combustíveis minerais	0,3	0,1	0,5	0,1	1,5	0,2	226,3
Calçado	0,1	0,0	1,2	0,2	1,1	0,1	-14,4
Outros produtos (a)	83,1	20,3	116,0	19,8	138,0	18,9	18,9
Total	409,8	100,0	585,5	100,0	728,7	100,0	24,5

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

Em 2016, a Polónia absorveu 0,58% das vendas globais de serviços portugueses ao exterior, o maior valor percentual dos últimos anos.

A taxa média de crescimento anual foi de 13,6% no período 2012-2016. Os montantes das exportações a partir de 2013 superaram 102 milhões de euros, fixando-se o valor de 2015 em 151,3 milhões de euros.

Relativo às importações de serviços da Polónia por Portugal, houve acréscimo nos valores, o crescimento médio anual, nos últimos cinco anos, foi de 15,6%. Até 2014 os valores das importações ficaram sempre aquém de 40 milhões de euros, sendo o montante de 2016 de 62,4 milhões de euros.

O saldo da balança comercial é bastante favorável a Portugal, registando-se em 2016 88,9 milhões de euros. O coeficiente de cobertura das importações pelas exportações, nos últimos cinco anos, foi sempre superior a 200% e fixou-se, em 2016, num valor de cerca de 242,4%.

5. Condições Legais de Acesso ao Mercado

Regime Geral de Importação

Com a entrada na União Europeia em 2004, a Polónia passou a fazer parte da União Aduaneira, caracterizada, essencialmente, pela livre circulação de mercadorias e pela adoção de uma política comercial comum relativamente a países terceiros.

As mercadorias com origem na UE ou colocadas em livre prática no espaço comunitário encontram-se isentas de controlos alfandegários, sem que deixe de haver a fiscalização da qualidade e características técnicas dos produtos.

A União Aduaneira implica, para além da existência de um território aduaneiro único, a adoção da mesma legislação neste domínio (o Código Aduaneiro Comunitário (CAC) foi substituído pelo novo Código Aduaneiro da União), bem como a aplicação de iguais imposições alfandegárias aos produtos provenientes do exterior – Pauta Exterior Comum (PEC). A regra geral de livre comércio com países terceiros não impede que as instâncias comunitárias determinem restrições às importações, quando negociadas no seio da Organização Mundial de Comércio (*World Trade Organization* – WTO).

A PEC baseia-se no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH), sendo os direitos de importação na sua maioria ad valorem, calculados sobre o valor CIF (Custo, Seguro e Frete) das mercadorias.

Para além dos referidos encargos, é necessário realizar o pagamento do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA):

- Taxa normal – 23%, aplicável à generalidade de bens e serviços;
- Taxas reduzidas – 8%, sobre serviços de restauração e hotelaria, construção e habitação social, medicamentos, equipamento médico/farmacêutico, transporte de passageiros; e 5% aplicável, sobretudo, aos produtos agrícolas, alguns bens básicos de alimentação, livros e revistas;
- Taxa 0% – nas exportações e serviços de transporte internacional de mercadorias.

Os serviços financeiros e os relacionados com a educação, a saúde e o bem-estar social, assim como as vendas em segunda mão estão isentos de IVA.

Determinados produtos encontram-se sujeitos ainda ao pagamento de Impostos Especiais de Consumo (IEC), a exemplo dos óleos minerais, os produtos energéticos, a eletricidade, o álcool, as bebidas alcoólicas ou o tabaco.

As taxas fixadas pela UE são taxas mínimas. Os países da UE podem fixar taxas de imposto superiores, à medida das suas necessidades.

É possível aceder a informação sobre os impostos e taxas na UE (*Taxation and Customs Union*), no Portal Europa onde estão divididas em Individuais e de Negócios.

Também está disponível para consulta, a publicação – *VAT Rates Applied in the Member States of the European Union (september 2015)*.

Regime de Investimento Estrangeiro

O promotor externo encontra na Polónia um regime jurídico adaptado ao ordenamento comunitário. A Lei sobre a Liberdade de Acesso à Atividade Económica *Economic Freedom Act* permite ao investidor aceder à maioria dos setores de atividade.

Nos últimos anos verificaram-se reformas adicionais para ampliar as facilidades no ambiente de negócios, nomeadamente a possibilidade de constituição de sociedades de responsabilidade limitada por via eletrónica e num prazo de 24 horas (S24). Em 2014 foram introduzidas melhorias legislativas para promover a agilização dos procedimentos envolvidos no registo de sociedades – *Simplifying Corporate Registration Proceedings*. Em 2015, foi adotado novo diploma legal relativo à reestruturação de empresas em dificuldades económicas (*New Restructuring Law*).

Ao abrigo do *Economic Freedom Act*, o empresário estrangeiro (da União Europeia) beneficia de um tratamento idêntico ao conferido ao empresário nacional, podendo as empresas ser detidas na sua totalidade por capital estrangeiro.

As formalidades a cumprir, para a criação de um negócio na Polónia, dependem do tipo de empresa a constituir (consultar *Forms of Conducting Business Activity in Poland* na página da UE). O empresário estrangeiro que pretenda estabelecer uma Sucursal apenas pode exercer a sua atividade económica no setor da atividade da sua empresa no país de origem; a Sucursal inicia a sua atividade logo após a inscrição no Registo Nacional de Empresários no

Tribunal de Registo Nacional, em polaco – KRS – *Krajowy Rejestr Sądowy*), sendo obrigatória a nomeação de um representante do empresário estrangeiro.

Já o Escritório de Representação (*Representative Office*) tem uma atividade muito limitada, pois apenas pode tratar de aspetos relacionados com a promoção da atividade da empresa-mãe. A abertura de uma representação comercial está obrigatoriamente sujeita a inscrição prévia no Registo das Representações dos empresários estrangeiros efetuada junto do Ministério da Economia (*Ministry of Economy*).

Os promotores estrangeiros também podem optar pela criação de uma empresa de raiz, escolhendo uma das formas sociais previstas na lei. De um modo geral, e como sucede em Portugal, as sociedades comerciais na Polónia podem ser classificadas em dois grupos: sociedades de pessoas (Sociedade em Nome Coletivo; Sociedade em Comandita Simples; Sociedade em Comandita por Ações) e sociedades de capitais (Sociedade de Responsabilidade Limitada; Sociedade Anónima), mais frequentemente utilizadas.

A Polónia assegura a livre transferência de capitais relacionados com a execução de investimentos diretos ou com a liquidação e repatriação dos mesmos, bem como de todos os lucros resultantes do exercício da atividade empresarial.

Relativamente à estrutura de apoio ao investimento direto estrangeiro no país, cabe ao organismo governamental *Polish Information and Foreign Investment Agency (PAIIZ)* – *Invest in Poland*, promover e desenvolver a política nacional em matéria de investimento, bem como prestar assistência ao promotor.

Com relação aos incentivos importa referir que a Polónia oferece uma diversidade de ajudas financeiras ao investimento (de carácter regional, fiscal, sectorial, etc.), que variam de acordo com o capital envolvido, o número de postos de trabalho criados, a inovação tecnológica e o impacto ambiental, entre vários critérios.

Com vista a promover e a reforçar o desenvolvimento das relações bilaterais de investimento foram assinados, entre Portugal e a Polónia, o ‘Acordo sobre a Promoção e Proteção Mútuas de Investimentos’ e a ‘Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento’.

A Polónia é um país com elevado potencial, sendo a única grande economia da União Europeia que não caiu em recessão durante a crise financeira. É o maior mercado da Europa Central e o oitavo maior mercado do continente europeu.

De acordo com a The Economist Intelligence Unit (EIU), no período de 2016-2018, o PIB polaco, em termos reais, deverá registar uma taxa de crescimento média anual de 4,7%, sendo a Polónia um dos maiores beneficiários dos fundos comunitários. Está ainda previsto um montante de investimento direto do exterior acima de 10 mil milhões de dólares para 2017 e 2018.

Este crescimento económico que se vem a registar, a estabilidade económica e política, a localização geográfica estratégica e a dimensão do mercado interno tornam a Polónia um país muito atrativo.

Principais Centros Económicos

- Região de Górnośląski: Indústria mineira, produção de energia, metalurgia, indústria mecânica;
- Região de Varsóvia: Indústria eletromecânica, tecnologia de ponta, eletrónica, indústria farmacêutica, perfumaria e indústria alimentar;
- Região de Wrocław: Tecnologia de ponta, serviços, indústria alimentar e indústria mecânica;
- Região de Poznań: Indústria de mobiliário, indústria alimentar, indústria eletromecânica, tecnologia de ponta, indústria farmacêutica e indústria mecânica;
- Região de Łódź: Vestuário, indústria alimentar, farmacêutica, cosmética e indústria eletrónica;
- Região de Gdańsk: Construção naval, indústria alimentar, refinação e petroquímica, indústria química, biotecnologia, tecnologia de ponta, serviços;
- Região de Staropolski: Metalurgia, indústria mineira, indústria eletromecânica e indústria mineira;
- Região de Cracóvia: Farmacêutica, metalurgia e indústria tabaqueira.

Principais vantagens e barreiras no mercado

Vantagens

- Estabilidade económica e política;
- Nível de qualificação dos trabalhadores;
- Dimensão do mercado interno;
- Localização estratégica no coração da Europa;
- Zonas Económicas Especiais, com incentivos fiscais e apoio financeiro ao investimento;
- Membro de União Europeia;
- Solidez e liquidez do sistema bancário.

Barreiras

- Legislação laboral pouco flexível;
- Complexidade dos procedimentos para obtenção de incentivos ao investimento;
- Complexidade da legislação tributária e falta de uniformidade na interpretação;
- Escassez de infraestruturas;
- Burocracia;
- Falta de transparência na atuação e processo de decisão das instituições públicas.

6. Setor Agroalimentar e relação comercial com a Polónia

Perfil dos consumidores polacos e hábitos de compra

O mercado gourmet na Polónia tem um potencial de desenvolvimento, influenciado pelo aumento do poder de compra, o acesso a novos ingredientes, a adoção de padrões de consumo da Europa Ocidental, a maior preocupação da saúde e cuidar do meio ambiente. Neste contexto, o mercado polaco começa a oferecer oportunidades de construção de relacionamento comercial e posicionamento de produtos gourmet portugueses.

O poder de compra dos polacos, em 2015 foi de 6.437€ por ano, por pessoa, que é 47% da média para a Europa e coloca a Polónia em 28º lugar no ranking europeu. Varsóvia é

caracterizada pelo maior poder de compra dos 11.751€ por pessoa, 83% mais elevado do que a média da Polónia, mas ainda 14% inferior à média europeia.

Em termos da estrutura de consumo no setor alimentar, as carnes e os produtos derivados de carne ocupam o primeiro lugar, com 28% do total de vendas do setor. Os laticínios representam 15%, as bebidas 11%, ocupando respetivamente o 2º e o 3º lugar.

De acordo com a *Fundacja Polskiego Handlu*, em pesquisa realizada entre Janeiro e Março de 2015, 46% dos polacos realizam as suas compras em lojas de bairro, 46% nos hipermercados ou supermercados, 41% em lojas de desconto (Ex. Biedronka, Lidl), 11% em lojas especializadas e 3% na internet.

Para o consumidor polaco o mais importante é: a qualidade do produto (81%), o preço do produto (61%), a rapidez e conforto na compra (47%), a variedade de escolha (42%) e o atendimento (17%).

Começa a ser importante responder às exigências de determinado tipo de clientes, como por exemplo, os consumidores de produtos ecológicos/biológicos.

O mercado alimentar Polaco encontra-se dividido em várias dimensões, sendo importante referir as cadeias de supermercado gourmet e as pequenas lojas gourmet ou lojas especializadas. Estes dois mercados indicam a boa aceitação que existe na Polónia para este tipo de produto de “nicho”.

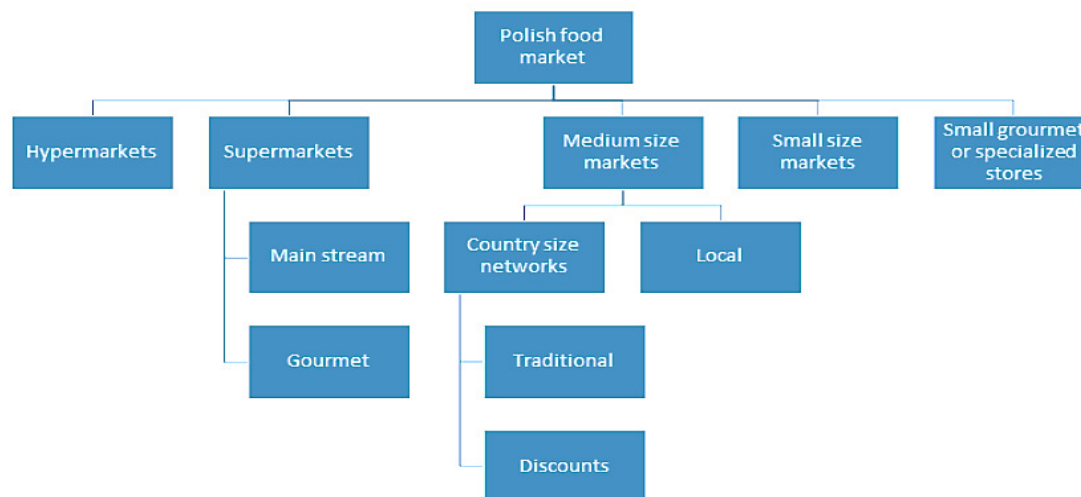
Os supermercados gourmet estão presentes na Polónia com quase 300 lojas em todo o país e divididas por três grandes marcas, ALMA Market, a Chata Polska e Piotr I Pawel. Além destes supermercados gourmet, existem também pequenas lojas localizadas nas principais cidades, que representam uma importante porta de entrada para os produtos de qualidade portugueses. Um exemplo é a Natura, uma loja situada em Cracóvia, que é para muitos consumidores, considerada a melhor loja de produtos provenientes da agricultura biológica.

Além das lojas gourmet, existem também outros setores onde operam grandes marcas internacionais, as cadeias de hipermercados Auchan, Carrefour, E.Leclerc, entre outros.

Dentro destes setores, encontra-se a operar uma outra rede de retalho portuguesa, no formato *cash and carry*, o grupo Eurocash. Este grupo representa 19% do mercado alimentar polaco, com uma oferta de 20 mil produtos.

Dado o limitado conhecimento e crescente interesse nestes produtos, enfatiza-se a importância do canal HORECA sobre a educação do consumidor sobre os produtos e alimentos gourmet, exótico, pouco conhecido, não-tradicional.

Mercado alimentar polaco



KG Consulting 2014

Em entrevista de Fevereiro de 2016, publicada na página Wiadomosci Handlowe, Monika Wozniak, consultora sénior na equipa de consultoria estratégica Augeo Ventures, refere com relação ao mercado de produtos gourmet na Polónia que, apesar da falta de disponibilidade de dados precisos, podemos dizer que ele se desenvolve mais rapidamente do que o mercado global de supermercado. Estima-se que o mercado tenha crescido em média de 10% a 15%, enquanto a indústria de alimentos na Polónia tem crescido a uma taxa de aproximadamente 2% a 3% ao ano. Ainda assim, o valor do mercado de alimentos gourmet é relativamente pequeno e representa apenas cerca de 3% do mercado total de alimentos.

Nos países desenvolvidos a participação dos alimentos gourmet no mercado é de 5% a 10%. No caso da Polónia, ainda há espaço relevante para um futuro crescimento.

O mercado de alimentos gourmet na Polónia é um mercado orientado para o futuro, devido à mudança de hábitos de consumo e a melhoria da situação financeira das famílias. Em consequência da mudança de gostos e comportamentos, está a aumentar a popularidade de alimentos saudáveis, tradicionais e ecológicos. Os polacos começam a prestar mais atenção à composição e qualidade dos alimentos.

Com o aumento do rendimento mensal, diminui a participação dos gastos com alimentos básicos e cresce o gasto com outros bens de consumo. É importante referir que os polacos gastam uma quarta parte dos rendimentos para a compra de alimentos, enquanto os alemães somente uma décima parte.

Os principais centros de consumo e maior capacidade aquisitiva são as cidades. A população rural mantém os seus costumes tradicionais.

Podemos dividir os consumidores em 2 categorias: tradicionais (mais de 40 anos), no qual o consumo é voltado para os produtos conhecidos e tradicionais, e os jovens (menos de 40 anos), onde o consumo tradicional tem da mesma forma importância, mas há uma abertura para experimentar outras gastronomias, e se desenvolve a tendência de consumo de alimentos de alta qualidade e valores nutritivos.

A vantagem competitiva dos alimentos gourmet está na falta de bens substitutos, desta forma o crescimento do segmento de lojas de desconto não influencia de forma significativa a participação dos alimentos gourmet no mercado.

A Polónia não é tradicionalmente um país produtor de vinho de uvas frescas, apenas recentemente ocorreu o início do cultivo de vinhas na região sudoeste do país, e como tal, não se criou o hábito de beber vinho às refeições. De forma geral, os consumidores polacos têm por hábito comprar vinho apenas para ocasiões especiais.

Embora o mercado de vinhos de uvas frescas esteja a emergir e com um crescimento assinalável, o consumo atual destas bebidas ainda se mantém num nível relativamente baixo, quando comparado com o de outras bebidas espirituosas. De acordo com os dados da *UN Comtrade Database*, a quota de bebidas alcoólicas nas importações do setor agroalimentar polaco foi de 4,96% em 2016. Na estrutura das importações de bebidas alcoólicas no mesmo ano, as maiores quotas pertenceram a vinhos – 40% e a bebidas espirituosas – 35%. As importações de álcool puro e de cerveja alcançaram as quotas de 16,6% e de 7,4%, respetivamente.

Segundo dados do Departamento Central de Estatísticas - GUS, divulgados em 2016, o consumo de bebidas alcoólicas na Polónia, foi de 108,6 litros em 2015. O consumo de cerveja foi de 99,1 litros *per capita*/ano e das bebidas alcoólicas fermentadas à base de frutas (vinhos) e de mel (hidromel) foi de 6,3 litros *per capita*/ano. O GUS divulgou ainda que

o fornecimento de vinhos de uvas frescas e vermouths importados pelo mercado nacional em 2015 alcançou 1,293 milhões de hectolitros.

De acordo com a *Gazeta Wyborcza*, publicação do setor vitivinícola, o mercado da Polónia está a crescer 5-6% ao ano, um dos valores mais elevados da Europa. Em 2016 os consumidores polacos beberam 107 milhões de litros de vinho, contra 87 milhões de litros em 2010. O consumo *per capita* em 2016 foi de 5,5 litros.

A AMBRA S.A., maior fabricante, importador e distribuidor de vinho na Polónia, refere os dados da pesquisa anual sobre consumo de vinho na Polónia, realizada pela Millward Brown:

O fenómeno mais espetacular dos últimos anos é o aumento da posição de vinhos rosés. De uma pequena quota de mercado, o consumo aumentou para aproximadamente 15%. Curiosamente, este aumento não ocorreu à custa de vinhos brancos, que mantiveram e até mesmo ligeiramente reforçaram a sua quota de mercado, mas à custa de vinhos tintos. Algumas estatísticas referidas pela AMBRA S.A.:

- 60% dos consumidores de vinho são mulheres;
- 55% dos consumidores de vinho possuem menos de 45 anos;
- 51% dos consumidores de vinho possuem formação universitária;
- 24% dos consumidores de vinho referem consumi-lo pelo menos algumas vezes por mês;
- A maioria dos polacos bebe vinho búlgaro;
- 54% de vinho consumido é vinho tinto e 15% de vinho rosé;
- O preço médio do vinho é comprado 14,40 PLN por garrafa;
- 39% de garrafas de vinho são comprados em lojas de desconto;
- Os polacos são muito pouco leais a uma determinada marca (em comparação com outras categorias de produtos);
- Eles acreditam que a melhor forma de promoção do vinho é o preço reduzido;
- 76% dos entrevistados referiu comprar vinhos espontaneamente, ou seja, sem planeamento prévio;

- Muito raramente bebem vinho sozinhos (5%), mais frequentemente optam por vinho ao jantar para duas pessoas ou em um convívio entre amigos.

O mercado polaco consiste tradicionalmente de vinhos doces e semi-secos. Estes vinhos são particularmente populares entre um grande grupo de senhoras. No entanto, o crescente grupo de jovens profissionais urbanos prefere os vinhos semi-secos e secos, e parecem favorecer o vinho tinto sobre o vinho branco ou rosé.

Tradicionalmente, o mercado polaco de bebidas alcoólicas era dominado pela vodka. Atualmente, vodka é considerada como uma bebida barata, que não está associada ao estilo de vida sofisticado. Como resultado, o consumo de vodka está em queda e cerveja e o vinho são as principais substituições. A crescente consciência da saúde tem estimulado particularmente a mudança para o vinho.

Existe um intervalo de tempo entre a evolução dos mercados da Europa Ocidental e a evolução na Polónia. As tendências da moda, como muitos vinhos aromáticos e cocktails de vinho, não deverão ter um efeito significativo no mercado polaco num futuro próximo. O atraso de tempo e a pequena dimensão do mercado impedem a rápida adoção de novos produtos. Portanto, embalagens inovadoras, como latas, garrafas de PET e tampas de rosca não são muito populares. *Bag-in-box* vinho só tem tido algum sucesso no *on-trade*.

Atualmente existem mais de 500 estabelecimentos comerciais tipo garrafeiras por todo o país, dedicados exclusivamente à venda de bebidas alcoólicas e vinhos de uvas frescas da gama média/alta com tendência para aumentar ao longo dos próximos 10 – 15 anos.

Os vinhos de uvas frescas mais procurados pelo consumidor polaco são vinhos de mesa tintos meio secos, em garrafa de 0,75 litros, com preço a oscilar entre 20 e 25 PLN. Os principais especialistas do setor na Polónia, dividem o mercado local em três segmentos:

- a) O segmento 1 que diz respeito aos vinhos de mesa baratos e importados de França, Itália, Hungria e Bulgária. No caso dos vinhos franceses e italianos, o produto oferecido é importado a granel e engarrafado na Polónia. O vinho é frequentemente etiquetado pelo distribuidor, sem indicação da região, nem do ano de produção. É consumido na maioria dos casos ao almoço e em festas organizadas por jovens consumidores. O seu preço no retalho oscila entre 6,50 - 15,00 PLN (1,54 - 3,55€).

- b) No segmento 2, estão os vinhos de qualidade média, engarrafados na origem, com um preço unitário mais alto, entre os 18,00 - 40,00 PLN (4,26 - 9,47€) no retalho. Importados de França, Itália, Hungria e Espanha e, em quantidades mais pequenas, da Alemanha, do “Novo Mundo”, de Portugal, da Bulgária e dos EUA. São etiquetados pelo vinicultor ou distribuidor, indicando obrigatoriamente a região e o ano da produção. Os polacos consomem-nos em ocasiões especiais. O preço dos vinhos mais vendidos neste segmento oscila entre 20 e 29 PLN por garrafa.
- c) c) O segmento 3 refere-se a vinhos de alta qualidade. Estes vinhos são sempre numerados e etiquetados pelo vinicultor. São vendidos nas lojas da especialidade e comprados pelos apreciadores ou entusiastas de vinho. Relativamente a este segmento, o consumidor polaco tem dado preferência aos vinhos franceses, italianos e aos dos países do “Novo Mundo”. O preço é geralmente superior a 45 PLN (10,65€).

A maior parte dos vinhos de qualidade vendidos no mercado polaco é embalada em garrafas de vidro e com rolha de cortiça natural.

O comércio *off-trade* é o canal de mercado mais importante, representando cerca de 96% do vinho comercializado. Dentro do *off-trade*, supermercados, hipermercados e *discounters* têm a maior quota de mercado, com 81% das vendas de vinho. Os principais supermercados são multinacionais estrangeiras: Biedronka (português), Tesco (britânico), Carrefour e Auchan (franceses). As *Discounters* também têm crescido em importância e representam um volume elevado de vendas de vinho a preços mais económicos. As pequenas lojas e mercearias que ainda representam uma parte significativa das vendas de vinhos de mesa, estão a perder quota de mercado.

As lojas especializadas (boutiques de vinhos e cadeias de lojas de *delicatessen*) estão em crescimento, fator importante para os vinhos portugueses, pois estes estabelecimentos comercializam vinhos de qualidade e preços mais elevados.

Apesar do domínio dos supermercados, hipermercados e lojas de descontos no canal *off-trade* polaco, o número de importadores de vinho continua a crescer. A maioria opera em uma escala muito pequena, porém concentra-se na importação de vinhos de qualidade.

Atualmente na Polónia há mil distribuidores registados, mais de cem possuem estabelecimentos comerciais próprios dedicados exclusivamente à venda de vinhos.

Na maioria dos casos, as empresas importadoras de vinho engarrafado ou de vinho a granel tanto atuam como distribuidores, servindo-se dos seus próprios canais de distribuição, como se ocupam da comercialização dos seus produtos.

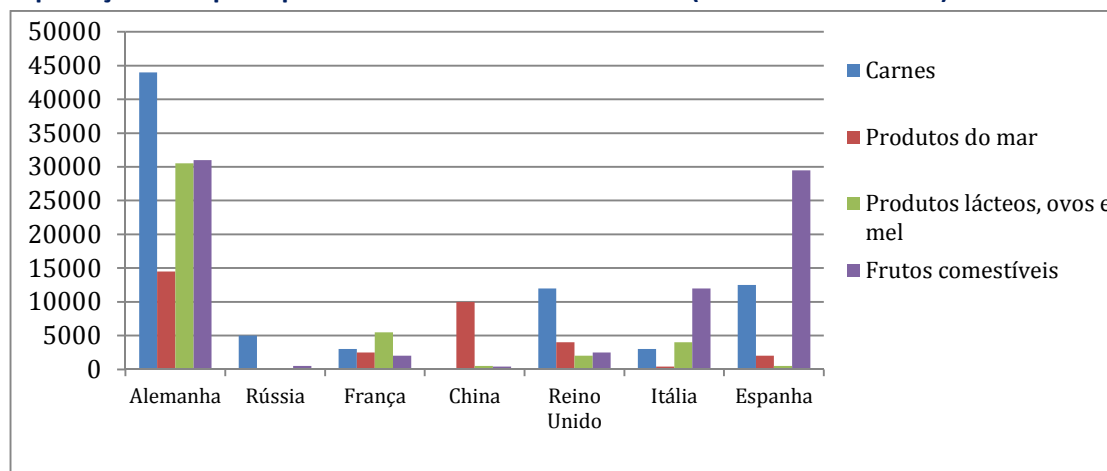
Quando se trata de vendas *online* de vinhos, a Polónia fica atrás dos mercados da Europa Ocidental: estima-se apenas que 1% das vendas de vinhos são realizados por este meio. No entanto, algumas empresas são bem-sucedidas, como a Winezja, Wina.pl e Marek Kondrat.

Em termos de tendências, o vinho tinto búlgaro, líder do mercado polaco à muitos anos, mas considerado bastante “ácido”, está a ser substituído por vinhos mais suaves de origem francesa, espanhola e italiana. Os vinhos espumantes, fortificados e vermouths têm tendência para manter a sua popularidade, sobretudo, na faixa etária sénior.

Concorrência

O principal parceiro comercial no fornecimento de alimentos para a Polónia é a Alemanha. Ao analisar quatro categorias de produtos (carnes, produtos do mar, produtos lácteos, ovos e mel e frutos comestíveis), é possível observar uma participação no mercado polaco mais próxima da alemã apenas nos frutos comestíveis, provenientes de Espanha e nos produtos do mar, oriundos da China. O Reino Unido e Espanha podem ser também considerados importantes parceiros no fornecimento de carnes e a Itália de frutos comestíveis.

Importações dos principais sócios comerciais da Polónia (Milhares de dólares)



Fonte: Trademap

Os principais concorrentes de Portugal alteram conforme a categoria de alimentos, neste sentido, torna-se importante analisar o recente histórico de importação polaca os principais produtos agroalimentares considerados. Para avaliar os dados relativos às importações, serão apresentados os produtos de acordo com o seu código aduaneiro, por se tratar de uma identificação de comércio internacional.

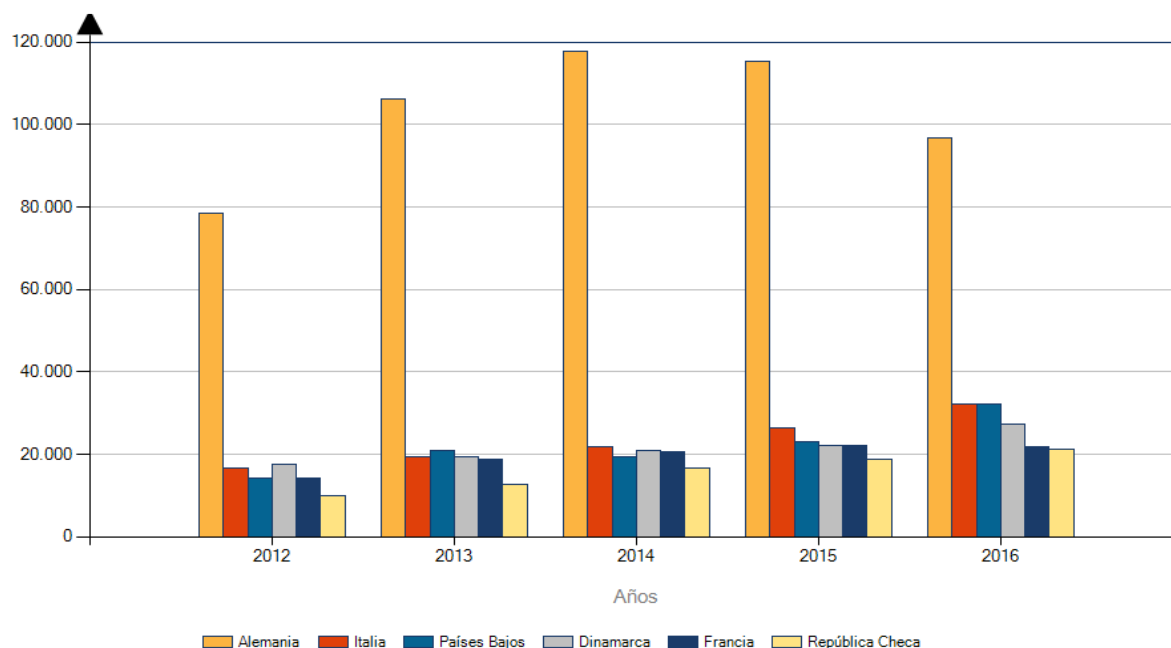
Queijos

Na compra de queijos o mais importante é o sabor, pois como o hábito de consumo é pequeno, terá de se apostar no nicho que existe. A distribuição deste tipo de produto é mais voltada para as grandes superfícies e mercearias. Os queijos gourmets são nomeadamente comercializados nos hipermercados, supermercados e mercearias dos centros urbanos, pois os pequenos centros não têm o hábito de consumir esta gama de produto.

Quanto aos queijos de grande consumo, pode-se incluir os estabelecimentos já indicados para o gourmet, acrescentando as lojas de desconto (ex: Biedronka e Lidl) porque são supermercados direcionados para as camadas com poder de compra mais baixo e estão localizados em todo o território polaco. É importante referir ainda que, apesar de estarem voltadas para os produtos com preços económicos, tanto o Lidl, quanto o Biedronka já possuem marca própria para produtos gourmet.

Os principais concorrentes de Portugal na comercialização de queijos e requeijão para a Polónia são essencialmente a Alemanha com 36% do valor total fornecido em 2016, a Itália e os Países Baixos com 12% de quota de mercado, a Dinamarca com 10%, a França e a República Checa com 8%.

Importações polacas de queijos e requeijão - milhares de € (Código aduaneiro 0406) – 2012/2016



Fonte: International Trade Centre, 2017

Apresentamos uma breve informação sobre os principais potenciais importadores de queijo na Polónia.

Contactos Comerciais Úteis

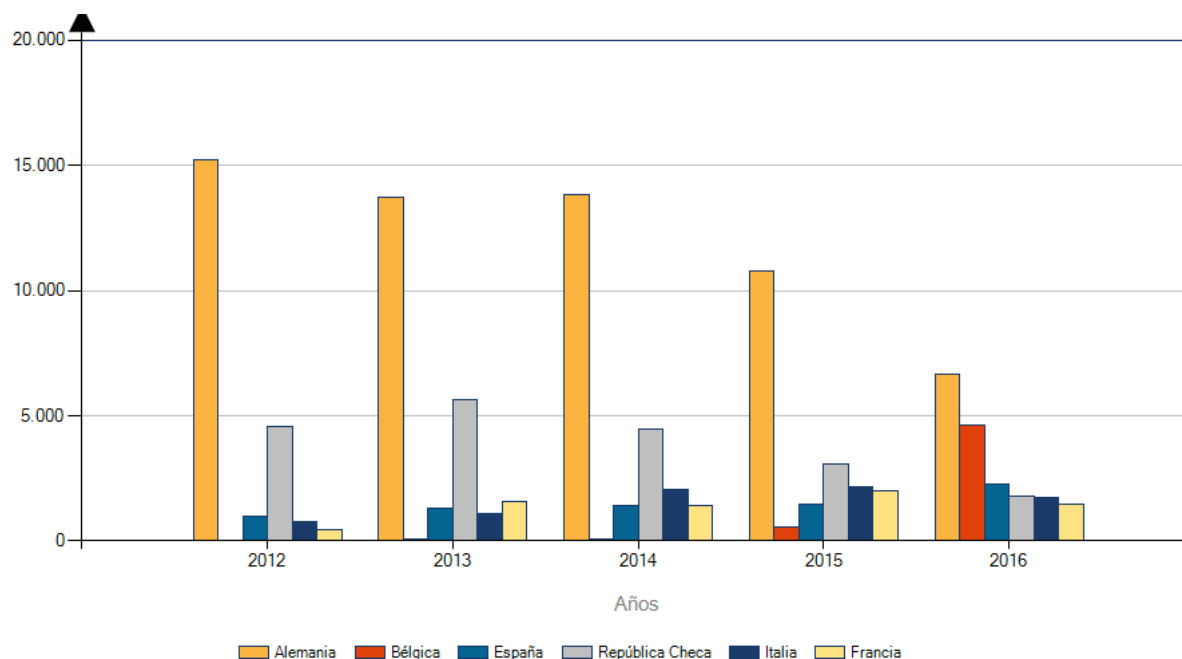
Entidade	Âmbito	Página de Internet
Alma Market	Supermercado (produtos de alta qualidade)	www.almamarket.pl
Kuchnie Swiata	Mercearias de produtos de qualidade	www.kuchnieswiata.com.pl
E. Leclerc	Grandes superfícies	www.e-leclerc.pl
Auchan	Grandes Superfícies	www.auchan.pl
Agrosem	Distribuidor de queijos amarelos	www.agrosem.pl
Arla Foods	Distribuidor	www.arla.com

Enchidos

Segundo a tendência dos últimos anos, o consumo de carne por parte dos polacos tem decrescido. Isto é devido a um menor consumo da carne bovina e a uma estabilização da carne de porco e carnes das aves. Contudo, no presente, a Polónia depara-se com um aumento no consumo de enchidos, bem como das carnes de melhor qualidade.

Os principais concorrentes de Portugal na comercialização de enchidos para a Polónia são novamente a Alemanha com 32% do valor total fornecido em 2016, a Bélgica com 22% de quota de mercado, os Países Baixos com 12%, a Espanha com 11%, a República Checa com 9% e a França com 7%.

Importações polacas de enchidos e produtos semelhantes, de carne, de miudezas ou de sangue (...) (Código Aduaneiro 1601) – 2012/2016



Fonte: International Trade Centre, 2017

Apresentamos abaixo uma breve informação sobre os principais potenciais importadores de enchidos no mercado polaco.

Contactos Comerciais Úteis

Entidade	Âmbito	Página de Internet
Bruno Tassi	Distribuidor	www.brunotassi.com.pl
Albo	Distribuidor	www.albo.pl
Zyga	Distribuidor	www.zyga-smak.pl
PCD Salami	Distribuidor	www.pcd-salami.pl
Alma Market	Supermercado	www.almamarket.pl

Azeite

Existe uma grande concorrência com os azeites vindos de Itália, Espanha e Alemanha. Os polacos compram normalmente embalagens de 1 litro, mas existe um aumento na compra de garrafas de 3 litros.

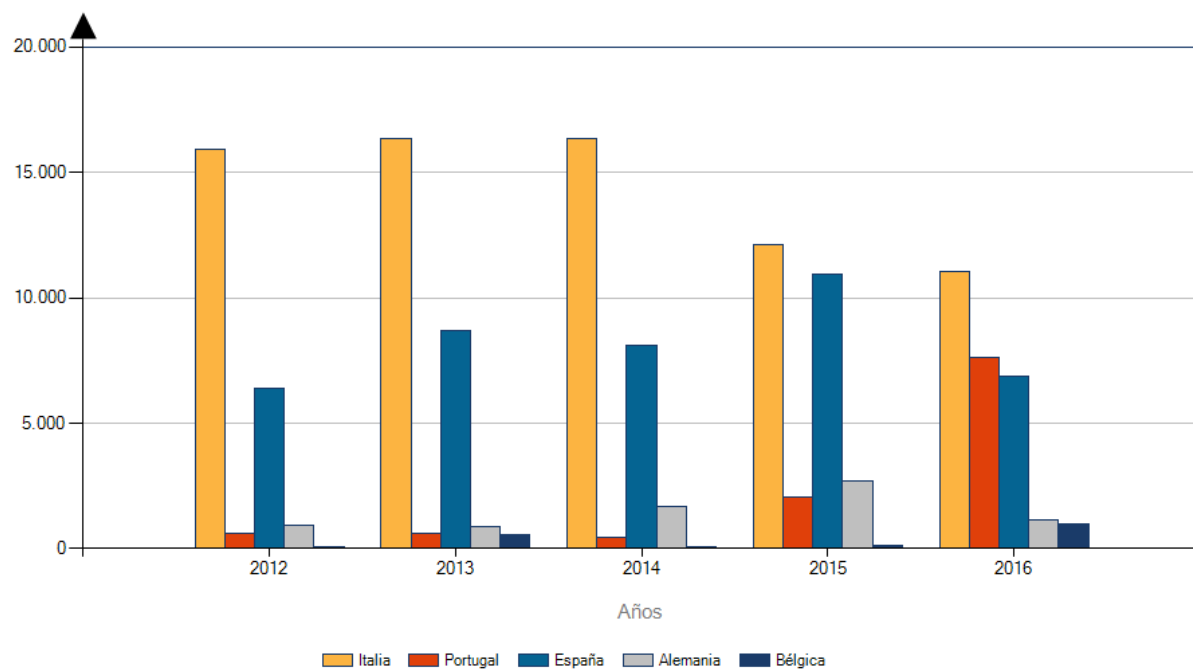
Muitos azeites baratos (espanhóis e italianos) vendidos na Polónia induzem em erro o consumidor, não sendo azeites 100% puros, apesar de na etiqueta estar "OLIWA Z OLIWEK". Contudo, segundo conhecimento geral e divulgação na imprensa, quando há um preço baixo no azeite, trata-se de um produto de muita fraca qualidade.

A melhor estratégia para comercializar azeite português será a da participação em eventos e campanhas publicitárias. É importante referir, que esta não deve ser voltada para os centros urbanos do costume (Varsóvia, Cracóvia, Poznan e Wroclaw) mas para outros centros urbanos (Lodz, Gdansk, Katowice, Lublin entre outros). Outra forma de se vender é através da Internet.

Os produtos vendidos pelas Discounts são produtos considerados de fraca qualidade e para os consumidores de fraco poder de compra. Os azeites gourmets são mais facilmente vendidos em lojas de produtos naturais e supermercados que se dedicam a clientes com outro poder de compra.

Os principais fornecedores de azeite para a Polónia são a Itália com 38% do valor total fornecido em 2016, Portugal com 26% de quota de mercado (um aumento de 19% em comparação com o ano anterior), a Espanha com 23%, a Alemanha com 4%, a Bélgica com 3% e a Grécia com 2%.

Importações polacas de Azeite de oliveira (oliva) e respectivas frações, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados (Código Aduaneiro 1509) – 2012/2016



Fonte: International Trade Centre, 2017

Apresentamos abaixo uma breve informação sobre os principais potenciais importadores de azeite no mercado polaco.

Entidade	Âmbito	Página de Internet
Rada Oliwa z oliwek	Agencia de azeites privada	www.radaoliwy.org
Alma Delikatesy	Supermercados	www.almamarket.pl
Piotr i Pawel	Supermercados	www.piotripawel.pl
Kuchnie Swiata	Distribuidor do canal HORECA	www.kuchnieswiata.pl
Carrefour	Grandes superfícies	www.carrefour.pl
Dorapol	Distribuidor	www.dorapol.pl
Farutex	Distribuidor	www.farutex.pl

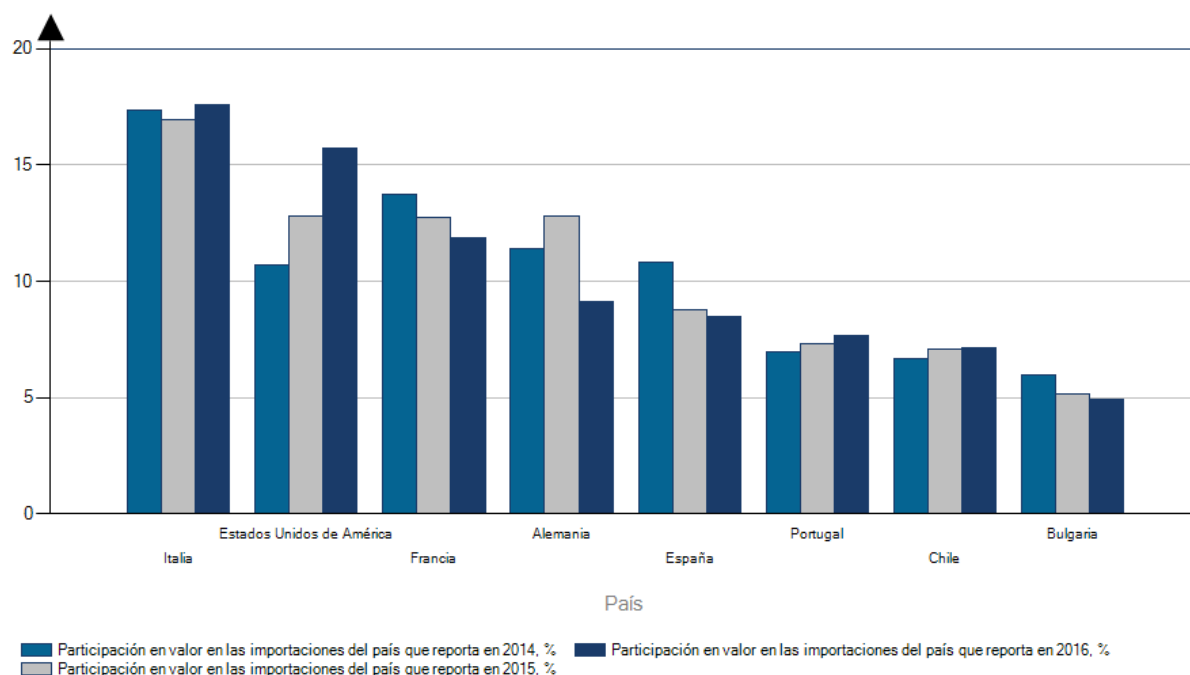
Vinhos

Como podemos analisar a partir do gráfico abaixo, os seis maiores fornecedores de vinho na Polónia representaram, em 2016, pouco mais de 70% de todo o mercado de importação. A Itália é o país líder de mercado, com quotas de 17,6% em valor (mais de 40 milhões de

euros) e 16% em quantidade, ao par que o EUA é o segundo maior fornecedor em valor (quota de 15,7%, e 36,1 milhões de euros) mas o terceiro em volume (quota de 12,2%), sendo a Bulgária o segundo maior fornecedor de vinho na Polónia, em volume (14,9%). A França fecha o Top 3 de importadores de vinho, em valor, com importações no valor de 27,2 milhões de euros (quota de 11,8%), mas apenas ocupa a 5ª posição no fator quantidade.

A Bulgária fornece vinho do segmento 1, enquanto países como EUA e principalmente a França fornecem vinho de qualidade superior. Portugal é o 6º maior fornecedor de vinho na Polónia, em valor, com exportações no valor de 17,6 milhões de euros, em 2016 (quota de 7,7%), ocupando também a 6ª posição em volume (quota de 7,9%).

Principais países exportadores de vinho de uvas frescas para a Polónia – 2014-2016



Fonte: International Trade Centre, 2017.

Contactos Comerciais Úteis

Os principais importadores ou cadeias de distribuição vinho na Polónia são:

- Super e Hipermercados (Tesco, Auchan, Carrefour, Real, Simply Kaufland, E.Leclerc e InterMarché)
- Premium (Piotr & Pawel e Alma Market)
- Grossistas (EuroCash, Makro e Selgros)

- Discount stores e lojas Conveniência (Biedronka, Lidl, PoloMarket, Carrefour, Express, Tesco express, ABC e Zapka)
- Sector HORECA

Outros Importadores

Empresa	Telefone	Correio Eletrónico	Website
Partner Center	+48 44 649 47 21	logistyka@partnercenter.pl	www.wina.net.pl
TIM	+48 33 829 98 40	recepcao@tim-wina.com.pl	www.tim-wina.com.pl
AMBRA	+48 22 566 33 00	warszawa@ambra.com.pl	www.ambra.com.pl
Bomex	+48 17 871 04 41	bomex@winainport.pl	www.winainport.pl
AN.KA Wines	+48 22 631 89 26	import@ankawines.pl	www.ankawines.pl
Appellation	+48 60 370 04 10	info@appellation.pl	www.appellation.pl
City Wine	+48 22 400 42 36	grzybowska@citywine.pl	www.citywine.pl
Deliwina	+48 61 639 44 41	kontakt@deliwina.pl	www.deliwina.pl
Kondrat Wina Wybrane	+48 22 112 01 92	joanna.gawron@mkondrat.pl	www.marekkondrat.pl
Magia del Vino	+48 81 463 46 58	import@magiadelvino.pl	www.magiadelvino.pl
Profilwino	+48 790 49 30 90	sklep@profilwino.pl	www.profilwino.pl
South Wine	+48 604 60 12 39	skladwina@southwine.eu	www.southwine.eu
Wina Bachus	+48 500 69 63 60	sklep@bachus.waw.pl	www.wina-bachus.pl
Winoblisko	+48 601 45 85 54	info@winoblisko.pl	www.winoblisko.pl
W Kregu Wina	+48 324 11 52 86	biuro@wkgreguwina.pl	www.wkgreguwina.pl
The Fine Food Group	+48 124 28 50 05	info@tffg.pl	www.tffg.pl
Tutto-Bene	+48 501 00 64 26	info@tutto-bene.pl	www.tutto-bene.pl
Wina Adam Slabicki	+48 605 04 69 78	adam@slabicki.pl	www.slabicki.pl
Dom Wina Group	+48 126 38 13 80	p.dziubek@domwina.pl	www.hurt.domwina.pl
Winkolekcja	+48 225 42 80 00	kontakt@winkolekcja.pl	www.winkolekcja.pl
WinoWsieci	+48 507 79 52 16	info@winowsieci.pl	www.winowsieci.pl

7. Principais Feiras de Alimentos e Bebidas na Polónia em 2017

EUROGASTRO - Feira Internacional da Gastronomia

De 05-04-2017 a 07-04-2017 - Varsóvia

gsendor@mttargi.pl / www.eurogastro.com.pl

Entidade Organizadora:

MT Polska Sp. z o.o.

Telefone: 022 529 39 00/50 / Fax: 022 529 39 30

hala@mtpolska.com.pl / www.halamtpolska.pl

WORLD FOOD WARSAW - Feira Internacional de Alimentação e Bebidas

De 11-04-2017 a 13-04-2017 - Varsóvia

agnieszka@worldfood.pl / www.worldfood.pl/home

Entidade Organizadora:

Lentewenc LLC

Telefone: 48 22 395 66 99 / Fax: 48 22 395 66 90

biuro@lentewenc.com

POLAGRA FOOD - Feira Internacional de Produtos Alimentares

De 02-10-2017 a 05-10-2017 - Poznan

milosz.jankowiak@mtp.pl / www.polagra-food.pl

Entidade Organizadora:

Poznan International Fair Ltd.

Telefone: 48 61 869 2000 / Fax: 48 61 869 2999

info@mtp.pl / www.mtp.pl

NATURA FOOD - Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Naturais

De 13-10-2017 a 15-10-2017 - Lodz

www.targi.lodz.pl

Entidade Organizadora:

Lodz International Fair Ltd.

Telefone: 842 6741500 / Fax: 4842 6741501

info@targi.lodz.pl / www.targi.lodz.pl

GASTROFOOD - Feira de Alimentação, Bebidas e Catering

De 15-11-2017 a 17-11-2017 - Cracóvia

grabowska@targi.krakow.pl / www.targi.krakow.pl

Entidade Organizadora:

Targi w Krakowie Ltd.

Telefone: 4812 644 59 32 / Fax: 4812 644 61 41

grabowska@targi.krakow.pl / www.targi.krakow.pl

ENOEXPO - Feira de Vinhos de Cracóvia

De 15-11-2017 a 17-11-2017 - Cracóvia

grabowska@targi.krakow.pl / www.targi.krakow.pl

Entidade Organizadora:

Targi w Krakowie Ltd.

Telefone: 4812 644 59 32 / Fax: 4812 644 61 41

grabowska@targi.krakow.pl / www.targi.krakow.pl

8. Contatos Úteis

Em Portugal

Embaixada da República da Polónia em Portugal

Avenida das Descobertas, 2

1400-092 Lisboa

Tel.: +351 213 041 410 | Fax: +351 213 041 429

E-mail: lizbona.amb.sekretariat@msz.gov.pl | <http://lizbona.msz.gov.pl/pt>

Departamento de Promoção do Comércio e do Investimento

Rua António de Saldanha, 48

1400-021 Lisboa

Tel.: +351 213 013 327 | Fax: +351 213 012 870

E-mail: lisboa@trade.gov.pl | <http://lisbon.trade.gov.pl/pt>

AICEP

Rua Júlio Dinis, 748, 8º Dto

4050-012 Porto

Tel.: +351 226 055 300

E-mail: aicep@portugalglobal.pt | <http://www.portugalglobal.pt>

(Atendimento Comercial no 9º andar)

AICEP

Av. 5 de Outubro, 101

1050-051 Lisboa

Tel.: +351 217 909 500

E-mail: aicep@portugalglobal.pt | <http://www.portugalglobal.pt>

Autoridade Tributária e Aduaneira

Rua da Alfândega, nº 5, r/c

1149-006 Lisboa

Tel.: +351 218 813 700 | Linha Azul: +351 218 813 818

<https://www.e-financas.gov.pt/de/jsp-dgaiec/main.jsp>

Na Polónia**Embaixada de Portugal em Varsóvia**

ul. Atenska 37

03-978 Warszawa - Polska

Tel.: +48 22 511 10 10 / 11 / 12 | Fax: +48 22 511 10 13

E-mail: embaixada@embport.internetdsl.pl | <http://ambasada-portugalii.pl/pt/>

AICEP - Varsóvia

ul. Atenska 37

03-978 Warszawa - Polska

Tel.: +48 22 617 64 60 / 617 43 40 / 617 55 96 / 617 36 20 | Fax: + 48 22 617 44 77

E-mail: aicep.warsaw@portugalglobal.pt | <http://www.portugalglobal.pt>

Polish Information and Foreign Investment Agency (PAIIZ)

ul. Bagatela 12

00-585 Warszawa - Polska Tel.: +48 22 334 98 00 | Fax: +48 22 334 99 99

E-mail: invest@paiz.gov.pl | <http://www.paiz.gov.pl>

Polish Chamber of Commerce

ul. Trębacka 4

00-074 Warszawa - Polska

Tel.: +48 22 630 96 00 | Fax: +48 22 827 46 73

E-mail: kig@kig.pl | <http://en.kig.pl/>

Câmara de Comércio Polónia - Portugal (PPCC)

al. Niepodległości 69, piętro 7

02-626 Warszawa - Polska

Tel.: +48 22 322 76 67

E-mail: info@ppcc.pl | <http://ppcc.pl/pt/>

Central Statistical Office of Poland

al. Niepodległości 208

00-925 Warsaw - Polska

Tel.: +48 22 608 30 00

<http://stat.gov.pl/en/>

National Bank of Poland

ul. Świętokrzyska 11/21

00-919 Warszawa - Polska

Tel.: +48 22 185 10 00 | Fax: +48 22 185 10 10

E-mail: nbp@nbp.pl | <http://www.nbp.pl/homen.aspx?f=/srodeken.htm>



Promotores:



Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional