Warszawa/Brześć Kujawski, 29.06.2020 r.

**Spadek eksportu polskich produktów spożywczych a przyszłość rynku słodyczy**

**Perspektywy dla rynku słodyczy na rok 2020 były optymistyczne z uwagi na dobrą koniunkturę oraz globalny wzrost spożycia tego typu produktów. Wybuch pandemii ostudził pozytywne nastroje, powodując spadek eksportu wyrobów cukierniczych. Producenci muszą mierzyć się m.in. z restrykcjami w handlu, utrudnieniami w transporcie czy izolacją społeczną.**

*O wpływie epidemii koronawirusa na sprzedaż zagraniczną polskich słodyczy oraz sytuacji branży spożywczej mówi Julita Sipa z firmy Brześć, produkującej wyroby cukiernicze i przekąski.*

Według szacunków ekspertów eksport polskiej żywności spadnie w tym roku o 8 proc. - do 28,9 mld euro[[1]](#footnote-1). Branża cukiernicza, jako część przemysłu spożywczego, również odnotowuje spadek sprzedaży produktów na rynki zagraniczne. Jej przedstawiciele są jednak narażeni na mniejsze straty niż przedsiębiorstwa oferujące wyroby nieprzetworzone, jak surowe mięso czy mleko, które ze względu na krótką datę spożycia muszą trafić do sklepów znacznie szybciej.

**Ograniczenia w transporcie**

Ogromnym problemem, z jakim borykali i wciąż borykają się eksporterzy produktów spożywczych, są utrudnienia w transporcie. Państwa wdrożyły obostrzenia związane z pandemią, które nie wstrzymały całkowicie łańcuchów dostaw, ale znacznie wpłynęły na utrzymanie ciągłości procesów logistycznych. O ile w przypadku dostaw drogą lądową główną niedogodnością były zniesione już dodatkowe kontrole na granicach i spowodowane nimi kolejki, to w kwestii transportu morskiego sprawa jest bardziej skomplikowana. Eksporterzy, zawierając umowy z importerami, nie przewidzieli wybuchu globalnej epidemii. W związku z tym, aby wywiązać się ze zobowiązań wobec zagranicznych kontrahentów, są oni zmuszeni ponieść koszty podwyżek stawek przewozowych kontenerów. Dodatkowo, część portów jest zablokowana nieodebranymi ładunkami, przez co kolejne dostawy są przekierowywane w inne miejsca, a to wydłuża czas ich dystrybucji. Istnieje też kłopot ze znalezieniem załadunku na powrót, więc kontenery wracają puste, zwiększając tym samym wydatki na transport.

**Nowe nawyki zakupowe**

Wprowadzone na początku pandemii restrykcje dotyczące wychodzenia z domów i ograniczenia liczby osób przebywających w sklepach spowodowały zmiany w nawykach zakupowych klientów. Ze względów bezpieczeństwa obniżyła się częstotliwość robienia zakupów, a wzrosła ilość kupowanych jednorazowo artykułów. W tym trudnym okresie dobrze sprzedawały się produkty pierwszej potrzeby oraz sucha żywność z długim terminem przydatności, jak ryż, kasza czy makarony. Oczywiście, wiele wyrobów cukierniczych również ma wydłużoną datę spożycia i z pewnością poprawiły nastrój niejednej osobie podczas izolacji społecznej, ale nie są to produkty niezbędne do przeżycia. Liczymy na to, że stabilizująca się sytuacja oraz znoszenie ograniczeń pozwoli na bardziej spontaniczne zakupy, w przyjemniejszej atmosferze, co będzie sprzyjać nabywaniu słodyczy, które są w dużej mierze zakupem impulsywnym.

**Co dalej z eksportem?**

Analitycy przewidują, że eksport polskich produktów spożywczych wróci do sytuacji wyjściowej sprzed pandemii w trzecim lub czwartym kwartale przyszłego roku[[2]](#footnote-2). Mamy nadzieję, że koniunktura poprawi się jeszcze szybciej, szczególnie na rynku słodyczy. Już teraz, wraz z odmrażaniem gospodarek oraz stopniowym hamowaniem epidemii w Europie i krajach azjatyckich, zaczynamy dostrzegać wzrost popytu na nasze słodkości. W kryzysie należy upatrywać też szansy na nawiązanie kontraktów na nowych rynkach. Polskie słodycze wciąż są konkurencyjne jakościowo i cenowo, a zmiana układów biznesowych i szukanie oszczędności przez sieci handlowe mogą być okazją dla rodzimych przedsiębiorców.

1. Santander Bank Polska (2020), *Szok. I co dalej? Ścieżki eksportu żywności z Polski w czasie recesji wywołanej epidemią COVID-19*. [↑](#footnote-ref-1)
2. Tamże. [↑](#footnote-ref-2)