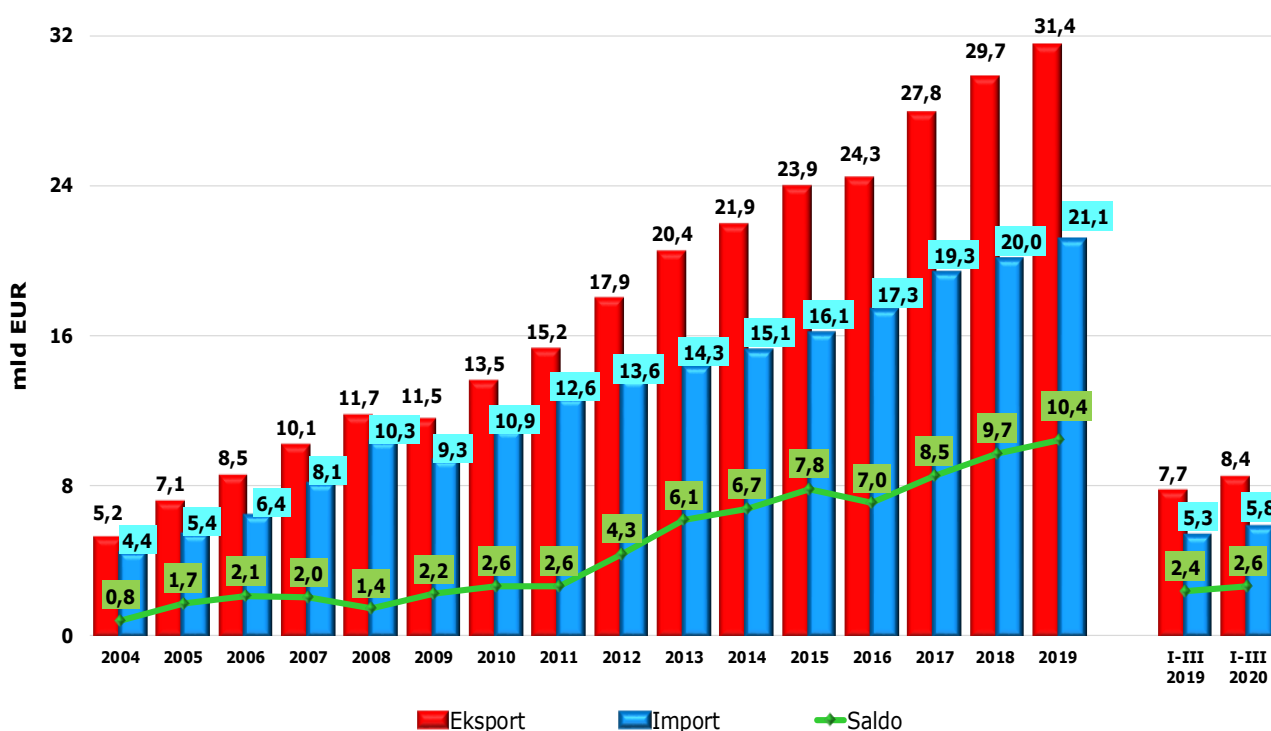


Polski eksport rolno-spożywczy w pierwszym kwartale 2020 r.

Wartość polskiego eksportu produktów rolno-spożywczych w pierwszym kwartale 2020 r. osiągnęła poziom 8,4 mld EUR, o 9,9% wyższy niż rok wcześniej. Jednocześnie import wyniósł 5,8 mld EUR i był o 9,4% wyższy. W rezultacie dodatnie saldo wymiany handlowej zwiększyło się w porównaniu z tym samym okresem 2019 r. o 11%, do 2,6 mld EUR. Wzrostowi eksportu sprzyjała utrzymująca się w pierwszym kwartale br. deprecjacja waluty krajowej względem euro mająca pozytywny wpływ na konkurencyjność produkowanych w Polsce artykułów rolno-spożywczych na rynku międzynarodowym.

Polski handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi w latach 2004-2019 i w okresie styczeń-marzec 2020 r.



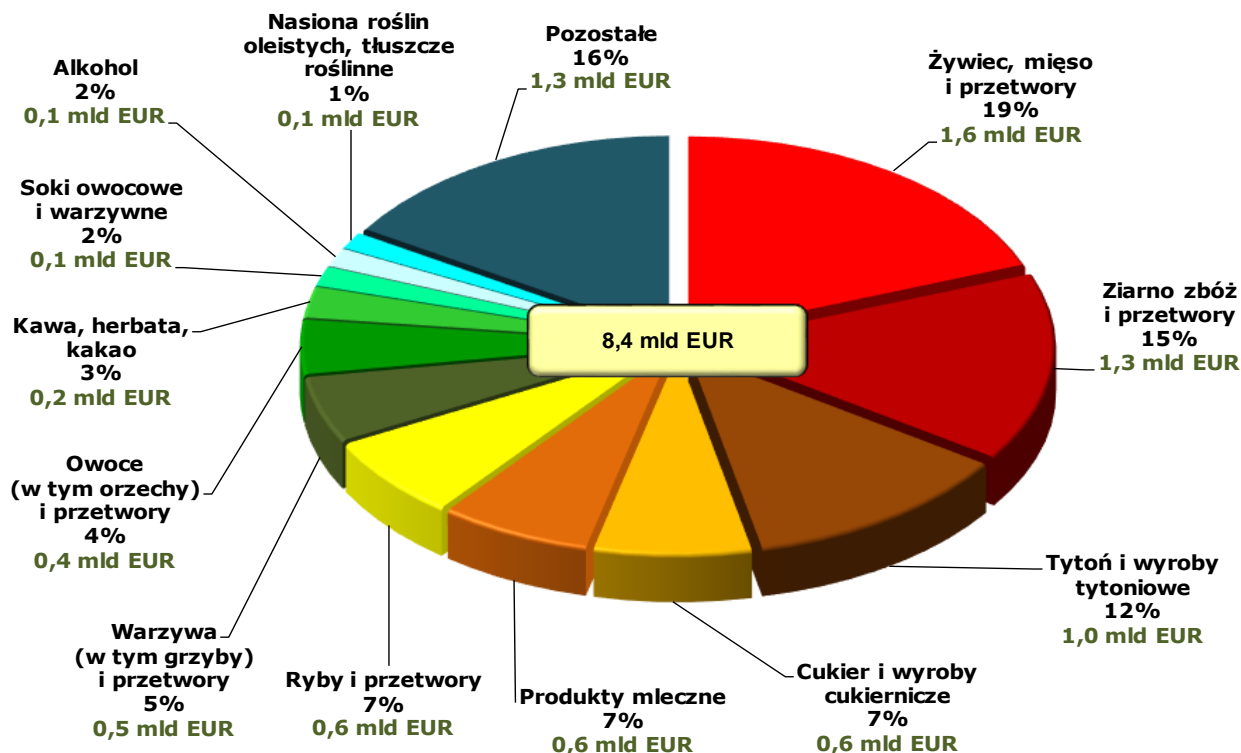
Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa na podstawie danych Ministerstwa Finansów, lata 2019-2020 – dane wstępne. Saldo obliczono na podstawie danych z dokładnością do kilku miejsc dziesiętnych.

W strukturze towarowej polskiego eksportu produktów rolno-spożywczych znaczącą pozycję zajmują żywiec, mięso i jego przetwory. W pierwszym kwartale 2020 r. przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej tej grupy towarowej były o 2% wyższe niż rok wcześniej i wyniosły 1,6 mld EUR, stanowiąc 19% wartości całego polskiego eksportu produktów rolno-spożywczych.

Drugą pod względem wartości pozycję z 15% udziałem w eksporcie produktów rolno-spożywczych z Polski zajmowało ziarno zbóż i przetwory, których sprzedaż zwiększyła się do 1,3 mld EUR (o 47%). Wzrost eksportu odnotowano także w przypadku tytoniu i wyrobów tytoniowych – o 20%, do 1,0 mld EUR, cukru i wyrobów cukierniczych – o 7%, do 0,6 mld

EUR oraz ryb i przetworów – o 4%, do 0,6 mld EUR. Większa była także wartość wywozu m.in.: warzyw łącznie z przetworami – o 0,5%, do 0,5 mld EUR, owoców łącznie z przetworami – o 7%, do 0,4 mld EUR, produktów paszowych łącznie z makuchami – o 4,5%, do 0,4 mld EUR oraz kawy, herbaty i kakao – o 5%, do 0,2 mld EUR.

Struktura towarowa polskiego eksportu rolno-spożywczego w okresie styczeń–marzec 2020 r.



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów.

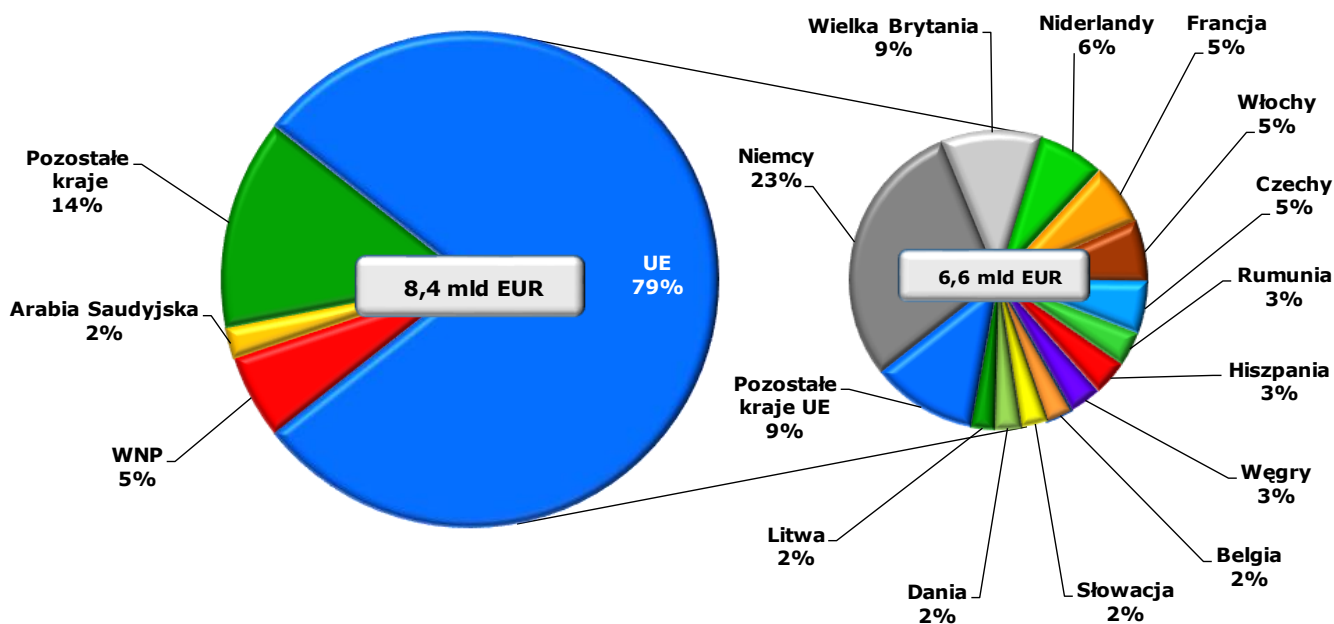
W 2020 r. podobnie jak w latach poprzednich produkty rolno-spożywcze są eksportowane z Polski przede wszystkim na rynek unijny. W pierwszym kwartale 2020 r. dostawy do krajów UE wygenerowały 6,6 mld EUR, co stanowiło 79% przychodów, uzyskanych z eksportu towarów rolno-spożywczych. Głównym partnerem handlowym Polski pozostały Niemcy. Eksport do tego kraju wyniósł 2,0 mld EUR i był o 12% większy niż w pierwszym kwartale 2019 r. Ważnymi odbiorcami polskich artykułów rolno-spożywczych były także: Wielka Brytania (0,7 mld EUR)¹, Niderlandy (0,5 mld EUR) oraz Francja, Włochy i Czechy (po około 0,4 mld EUR).

Z Polski do krajów pozaunijnych w pierwszym kwartale 2020 r. wyeksportowano produkty rolno-spożywcze o wartości 1,8 mld EUR wobec 1,4 mld EUR rok wcześniej. Eksport do krajów Wspólnoty Niepodległych Państw ukształtował się na poziomie 465 mln EUR, o 23% wyższym niż rok wcześniej. Na Ukrainę wywieziono produkty

¹ 31 stycznia 2020 r. Wielka Brytania opuściła Unię Europejską. Ponieważ od 1 lutego do 31 grudnia 2020 r. Wielka Brytania pozostaje w unii celnej z UE i jest uczestnikiem wspólnego rynku UE, to w statystykach handlowych jest zaliczana do UE.

o wartości 185 mln EUR, do Federacji Rosyjskiej eksport wyniósł 157 mln EUR, a na Białoruś – 83 mln EUR. Eksport do pozostałych krajów (nie należących do UE i WNP) wzrósł o 26%, do 1,3 mld EUR. Znaczącym odbiorcą spośród tych krajów była Arabia Saudyjska, do której sprzedano towary rolno-spożywcze o wartości 171 mln EUR, a także Stany Zjednoczone (120 mln EUR) i Republika Południowej Afryki (106 mln EUR).

Struktura geograficzna polskiego eksportu rolno-spożywczego w okresie styczeń–marzec 2020 r.



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów.

Biuro Analiz i Strategii KOWR