



Krajowy Ośrodek  
Wsparcia Rolnictwa

**Analiza  
sektora rolno-spożywczego  
Państwa  
Zjednoczonych Emiratów Arabskich**

**Opracowano w Departamencie Wsparcia Eksportu  
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa**

**Warszawa, luty 2020 r.**

## **Państwo Zjednoczonych Emiratów Arabskich** **- analiza sektorowa**

### **Spis treści:**

1. CHARAKTERYSTYKA KRAJU .....	3
1.1 Zjednoczone Emiraty Arabskie – podstawowe informacje.....	3
1.2 Sytuacja gospodarcza .....	8
1.2.1 Gospodarka ogółem.....	8
1.2.2 Rolnictwo .....	10
1.2.3 Sektor rolno-spożywczy .....	14
2. DOSTĘP DO RYNKU.....	24
2.1 Możliwość eksportu.....	24
2.2 Utrudnienia w eksporcie .....	25
2.2.1 Utrudnienia w handlu rolno-spożywczym.....	25
2.2.2 Utrudnienia ogólne .....	26
2.4 Eksport produktów rolno-spożywczych przez emirat Dubaju.....	27
3. WYMIANA HANDLOWA Z POLSKĄ.....	29
3.1 Dane handlowe .....	29
3.2 Obecność polskich produktów na rynku ZEA .....	30
4. WSPÓŁPRACA HANDLOWO-INWESTYCYJNA – PERSPEKTYWY .....	30
4.1 Produkty o potencjale eksportowym .....	30
4.1.1 Drób (certyfikowany halal) .....	30
4.1.2 Zboża i produkty zbożowe .....	31
4.1.3 Wyroby czekoladowe i cukiernicze .....	32
4.1.4 Owoce i warzywa .....	33
4.1.5 Mleko i produkty mleczne.....	34
4.1.6 Kategorie ogólne.....	36
4.2 Potencjał inwestycyjny kraju.....	37
5. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE KOWR.....	38
5.1 Wydarzenia targowo-wystawiennicze z udziałem ARR/KOWR .....	38
5.2 Inne działania informacyjno-promocyjne realizowane przez KOWR w ostatnich latach.....	38
5.3 Kampanie informacyjno-promocyjne.....	39
6. WYBRANE KWESTIE KULTURY BIZNESOWEJ.....	39
7. PRZYDATNE KONTAKTY .....	42

**Ostatnia aktualizacja: 13.02.2020 r.**

## 1. CHARAKTERYSTYKA KRAJU

### 1.1 Zjednoczone Emiraty Arabskie – podstawowe informacje

<b>Nazwa oficjalna</b>																																	
<b>Flaga</b>																																	
<b>Stolica</b>	Abu Zabi																																
<b>Język urzędowy</b>	arabski																																
<b>Ustrój polityczny</b>	monarchia konstytucyjna i elekcyjna																																
<b>Głowa państwa</b>	prezydent szejk Khalifa bin Zayed Al-Nahyan																																
<b>Szef rządu</b>	premier szejk Muhammad ibn Rasheed al-Maktoum																																
<b>Państwa sąsiadujące</b>	Arabia Saudyjska, Oman																																
<b>Podział administracyjny</b>	<p>Zjednoczone Emiraty Arabskie są federacją składającą się z siedmiu emiratów rządzonych przez emirów (mapka poniżej). Największym emiratem jest Abu Zabi, którego stolica jest jednocześnie stolicą całego kraju.</p> <p>Każdy z emiratów ma duży zakres autonomii wewnętrznej, przede wszystkim w sprawach gospodarczych.</p> <table border="1"><thead><tr><th>Emirat</th><th>Stolica</th><th>Powierzchnia km<sup>2</sup></th><th>Ludność (2015; 2010 – Adżman, Umm al-Kajwajn)<sup>1</sup></th></tr></thead><tbody><tr><td>Abu Zabi</td><td>Abu Zabi</td><td>67 340</td><td>2,8 mln</td></tr><tr><td>Adżman</td><td>Adżman</td><td>259</td><td>0,3 mln</td></tr><tr><td>Dubaj</td><td>Dubaj</td><td>3 885</td><td>2,4 mln</td></tr><tr><td>Fudżajra</td><td>Fudżajra</td><td>1 166</td><td>0,2 mln</td></tr><tr><td>Ras al-Chajma</td><td>Ras al-Chajma</td><td>1 683</td><td>0,4 mln</td></tr><tr><td>Szardża</td><td>Szardża</td><td>2 590</td><td>1,4 mln</td></tr><tr><td>Umm al-Kajwajn</td><td>Umm al-Kajwajn</td><td>777</td><td>65 tys</td></tr></tbody></table>	Emirat	Stolica	Powierzchnia km <sup>2</sup>	Ludność (2015; 2010 – Adżman, Umm al-Kajwajn) <sup>1</sup>	Abu Zabi	Abu Zabi	67 340	2,8 mln	Adżman	Adżman	259	0,3 mln	Dubaj	Dubaj	3 885	2,4 mln	Fudżajra	Fudżajra	1 166	0,2 mln	Ras al-Chajma	Ras al-Chajma	1 683	0,4 mln	Szardża	Szardża	2 590	1,4 mln	Umm al-Kajwajn	Umm al-Kajwajn	777	65 tys
Emirat	Stolica	Powierzchnia km <sup>2</sup>	Ludność (2015; 2010 – Adżman, Umm al-Kajwajn) <sup>1</sup>																														
Abu Zabi	Abu Zabi	67 340	2,8 mln																														
Adżman	Adżman	259	0,3 mln																														
Dubaj	Dubaj	3 885	2,4 mln																														
Fudżajra	Fudżajra	1 166	0,2 mln																														
Ras al-Chajma	Ras al-Chajma	1 683	0,4 mln																														
Szardża	Szardża	2 590	1,4 mln																														
Umm al-Kajwajn	Umm al-Kajwajn	777	65 tys																														

<sup>1</sup> <http://www.citypopulation.de/UAE.html>

	<p style="text-align: center;"><b>CIEKAWOSTKA:</b></p> <p>Dodatkowo funkcjonują dwa terytoria o wspólnej kontroli. Jedno zarządzane jest przez emiraty Fudżajra i Szardża, a drugie – przez Oman i emirat Adżman.</p> <p>Na terytorium Zjednoczonych Emiratów Arabskich znajduje się enklawa Omanu zwana Wadi Madha o terytorium 75 km<sup>2</sup>. Wewnątrz tej enklawy znajduje się niewielka enklawa Zjednoczonych Emiratów Arabskich – Nahwa, która administracyjnie należy do emiratu Szardża.</p> <p>Jest to jedyna na świecie enklawa w eksklawie.</p>
<b>Powierzchnia</b>	83 600 km <sup>2</sup>
<b>Liczba ludności (2018 r.)<sup>2</sup></b>	9,63 mln
<b>Zasoby naturalne<sup>3</sup></b>	Głównymi zasobami naturalnymi ZEA są ropa naftowa i gaz ziemny. 95% tych zasobów znajduje się na terenie emiratu Abu Zabi. Do ZEA należy 3,3% światowych zasobów ropy naftowej oraz 3,3% światowych zasobów gazu ziemnego (7. miejsce na świecie w obu przypadkach).
<b>PKB (2018 r.)<sup>4</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• całkowite: 414,18 mld USD</li> <li>• na osobę: 41,1 tys USD</li> </ul>
<b>Jednostka monetarna</b>	Dirham (AED)
<b>Religia<sup>5</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Islam (76%): <ul style="list-style-type: none"> <li>w tym: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ sunnicki (większość)<sup>6</sup></li> <li>○ szyicki</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Chrześcijaństwo (9%)</li> <li>• Pozostałe (15%) <ul style="list-style-type: none"> <li>w tym głównie: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hinduizm</li> <li>○ Buddyzm</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<sup>2</sup> World Bank: <http://databank.worldbank.org/>

<sup>3</sup> Informator Ekonomiczny MSZ: <http://www.abuzabi.msz.gov.pl/>

<sup>4</sup> World Bank: <https://data.worldbank.org/country/united-arab-emirates?view=chart>

<sup>5</sup> International Religious Freedom Report 2010 by U.S. Department of State, Bureau of Democracy, Human Rights, and Labor: <https://www.state.gov/j/drl/rls/irf/2010/148850.htm>

<sup>6</sup> Sunnis and Shia in the Middle East, BBC News: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-25434060>

<b>Grupy etniczne<sup>7</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emiraccy (11,6%)</li> <li>• Narodowości krajów Azji Południowej (59,4%) w tym: <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Hindusi (38,2%)</li> <li>◦ Banglijczycy (9,5%)</li> <li>◦ Pakistańczycy (9,4%)</li> <li>◦ Inne narodowości Azji Południowej (2,3%)</li> </ul> </li> <li>• Egipcjanie (10,2%)</li> <li>• Filipińczycy (6,1%)</li> <li>• Inne narodowości (12,8%)</li> </ul> <p>Mieszkańcy ZEA, którzy nie są rdzennymi Emiraccykami, nie są prawnymi obywatelami kraju.</p>
<b>Strefa czasowa</b>	UTC +4
<b>Największe miasta (liczba ludności)<sup>8</sup></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dubaj – 2,4 mln</li> <li>2. Szardża – 1,3 mln</li> <li>3. Abu Zabi – 1,2 mln</li> <li>4. Al-Ajn – 0,5 mln</li> <li>5. Ras al-Chajma – 0,3 mln</li> </ol>
<b>Infrastruktura transportowa</b>	<p><b>Rozwinięty system komunikacyjny:</b> ZEA znajdują się na 8. miejscu na świecie pod względem konkurencyjności infrastruktury transportowej<sup>9</sup>. Dysponują jednym z najnowocześniejszych zapleczy transportowych i logistycznych na świecie.<sup>10</sup></p> <p><b>Drogi:</b> 4 200 km dróg i autostrad, w tym połączenia z Arabią Saudyjską i Omanem</p> <p><b>Porty lotnicze i morskie:</b> Największe lotniska:<sup>11</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubai International Airport</li> <li>• Abu Dhabi International Airport</li> </ul> <p>Inne ważne lotniska:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fujairah International Airport</li> <li>• Ras Al Khaimah International Airport</li> <li>• Sharjah International Airport</li> <li>• Al Maktoum International Airport w Jebel Ali (k. Dubaju) - ważny hub transportowy,</li> </ul>

<sup>7</sup> CIA World Factbook, dane za 2015 r.: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>

<sup>8</sup> <http://www.citypopulation.de/UAE.html>

<sup>9</sup> Global Competitiveness Report, World Economic Forum: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf)

<sup>10</sup> The [Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates \(CHAFEA\)](https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>11</sup> Informator Ekonomiczny MSZ: <http://www.abuzabi.msz.gov.pl/>

bezpośrednie połączenie z portem morskim w Jebel Ali, dogodne połączenia z największymi miastami ZEA<sup>12</sup>

(w sumie 43 porty lotnicze)<sup>13</sup>

Największe porty morskie<sup>14</sup>:

- Dubaj:
    - Jebel Ali – największy port na Bliskim Wschodzie<sup>15</sup> i 9. port na świecie pod względem wielkości przeładunków<sup>16</sup>. Ponad 80% całego emirackiego importu wpływa przez port Jabel Ali w Dubaju.
    - Port Rashid
  - Abu Zabi:
    - Khalifa Port
    - Port Zayed (zorientowany na statki rejsowe)
  - Szardża:
    - Port Khalid
    - Khor Fakkan
  - Fudżajra – Fujairah Port
- (w sumie 11 portów pełnomorskich)<sup>17</sup>

Wokół portów i innych centrów logistycznych skupiają się Specjalne strefy ekonomiczne.

Infrastruktura kolejowa<sup>18</sup>: Realizacja projektu budowy linii kolejowych przebiegających wzdłuż kraju od Al-Ghweifat przy granicy z Arabią Saudyjską do Fudżajry nad Zatoką Omańską. Budową zajmuje się przedsiębiorstwo państwowe *Etihad Rail*, który jest jedynym operatorem transportu kolejowego w ZEA. Jego partnerem strategicznym jest niemiecki koncern *Deutsche Bahn*.

I etap budowy został sfinalizowany w 2014 roku. Pierwszy odcinek sieci liczy 266 kilometrów i łączy miasta Habshan, Al-Ruwais i Shah.

II etap budowy ma połączyć Khalifa Port (Abu Zabi) i port Jebel Ali przy granicy z Arabią Saudyjską i Omanem. Długość drugiego odcinka sieci ma liczyć 628 km. Ze względu na spadki cen ropy i gazu w styczniu 2016 r. podjęto decyzję o zawieszeniu postępowania przetargowego. *Etihad Rail*

<sup>12</sup> Al Maktoum International, Dubai World Central: [http://www.dubaiairports.ae/docs/default-source/airline-development-microsite/doc15\\_dwc-brochure.pdf?sfvrsn=6](http://www.dubaiairports.ae/docs/default-source/airline-development-microsite/doc15_dwc-brochure.pdf?sfvrsn=6)

<sup>13</sup> Informator Ekonomiczny MSZ: <http://www.abuzabi.msz.gov.pl/>

<sup>14</sup> UAE Shipping Marine and Logistics Directory: <https://www.uaeshipping.com/>

<sup>15</sup> Al Maktoum International, Dubai World Central: [http://www.dubaiairports.ae/docs/default-source/airline-development-microsite/doc15\\_dwc-brochure.pdf?sfvrsn=6](http://www.dubaiairports.ae/docs/default-source/airline-development-microsite/doc15_dwc-brochure.pdf?sfvrsn=6)

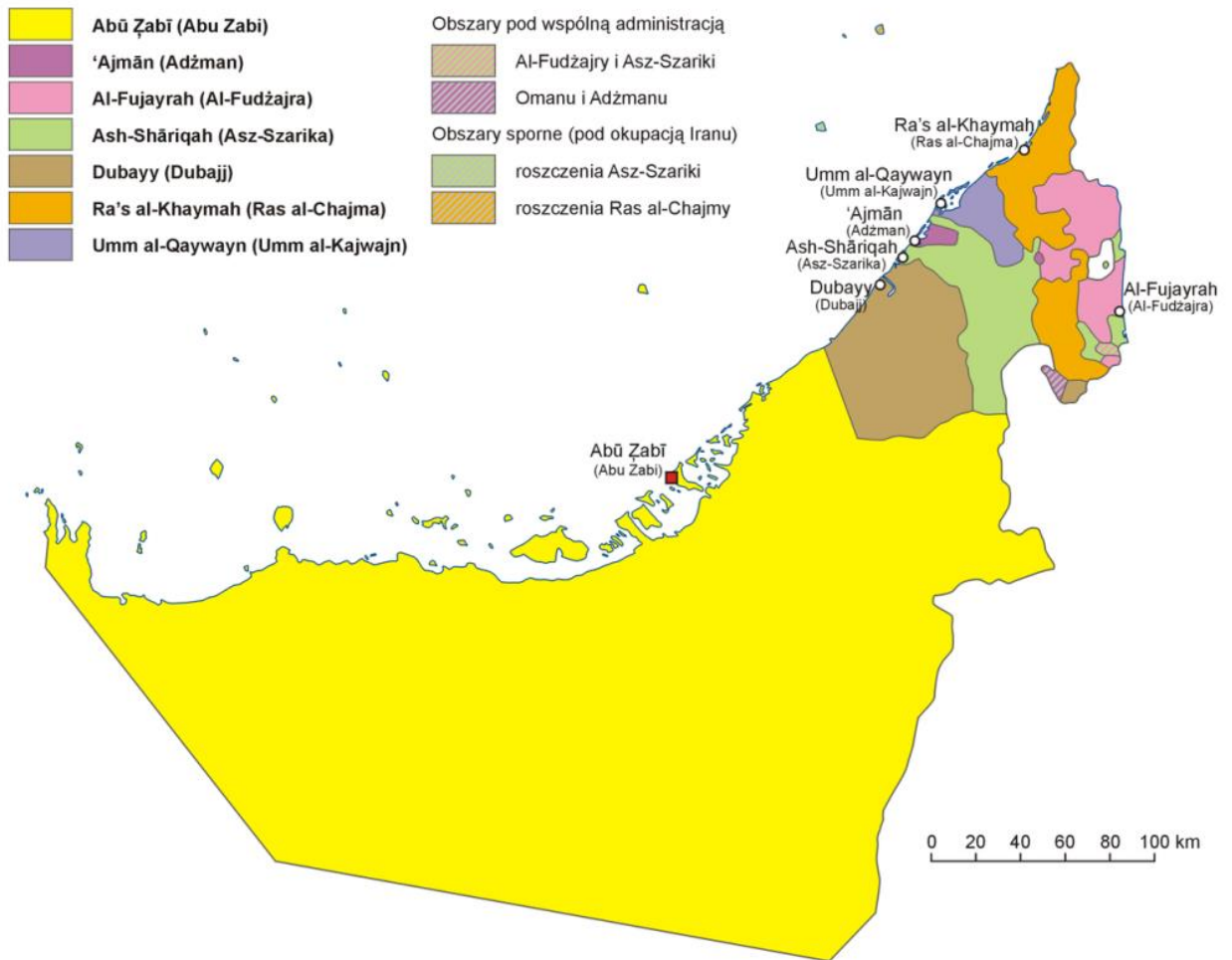
<sup>16</sup> World Shipping Council: <http://www.worldshipping.org/about-the-industry/global-trade/top-50-world-container-ports>

<sup>17</sup> Informator Ekonomiczny MSZ: <http://www.abuzabi.msz.gov.pl/>

<sup>18</sup> Rynek kolejowy ZEA i państw GCC, Portal Promocji Eksportu MR: <https://uae.trade.gov.pl/pl/zea/analizy-rynkowe/213775,rynek-kolejowy-zea-i-panstw-gcc-.html>

podtrzymuje jednak zamiar kontynuacji projektu w nieokreślonej przyszłości, przy lepszej koniunkturze gospodarczej.<sup>19</sup> Docelowo linia kolejowa ma połączyć główne terminale towarowe, centra dystrybucyjne i zaplecze przechowalnicze.

Projekt budowy linii kolejowych w ZEA jest częścią większego projektu rozbudowy sieci kolejowej krajów Rady Państw Zatoki łączącej ZEA, Oman, Kuwejt, Arabię Saudyjską, Katar i Bahrajn.



<sup>19</sup> Thomson Reuters Zawya, [https://www.zawya.com/mena/en/story/UAEs Etihad Rail updates national network design-ZAWYA20170322075143/](https://www.zawya.com/mena/en/story/UAEs%20Etihad%20Rail%20updates%20national%20network%20design-ZAWYA20170322075143/)

## 1.2 Sytuacja gospodarcza

### 1.2.1 Gospodarka ogółem<sup>202122</sup>

W posiadaniu ZEA znajduje się 10% światowych zasobów ropy naftowej. ZEA zajmują 5. miejsce na świecie pod względem posiadanych rezerw gazu ziemnego.

Abu Zabi ma najsilniejszą gospodarkę spośród emiratów. 95% ropy naftowej i gazu ziemnego wydobywanych przez ZEA pochodzi z tego emiratu. Łącznie generuje on 64% PKB ZEA.

Drugim najsilniej rozwiniętym gospodarczo emiratem jest Dubaj, w którym rozwinięty jest sektor usług handlowych i finansowych, budownictwo i nieruchomości, turystyka oraz transport.

ZEA dążą do dywersyfikacji gospodarki i uniezależnienia się od koniunktury na światowym rynku ropy naftowej. Priorytety gospodarcze ZEA zostały określone w oficjalnej strategii rozwoju kraju, tzw. *Wizji 2021*. Strategia ta ma zostać zrealizowana do 2030 r., zapewniając unowocześnienie i dywersyfikację systemu gospodarki. Elementem strategii dywersyfikacji gospodarczej ZEA było m.in. wprowadzenie 5% podatku VAT w 2018 r.

Zgodnie z *Wizją 2021* ZEA dążą do oparcia gospodarki na: nowoczesnym przemyśle przetwórczym wykorzystującym własne zasoby energetyczne i surowcowe (petrochemia, hutnictwo żelaza i aluminium, przemysł materiałów budowlanych) i szeroko rozumianych usługach realizowanych na skalę międzynarodową (hotelarstwo, turystyka, transport morski i lotniczy, usługi finansowe).

ZEA są popularne wśród turystów. Według brytyjskiego portalu *Luxury Travel Blog* Dubaj będzie drugim najczęściej wybieranym kierunkiem turystycznym na świecie (po Tokio) w 2019 r. Z uwagi na wysoki poziom usług medycznych Abu Zabi staje się popularnym celem tzw. turystyki medycznej i rekonwalescencyjnej.<sup>23</sup> Duże znaczenie ma też tzw. turystyka biznesowa.

Strategia dywersyfikacji gospodarki jest szczególnie ważna w kontekście kryzysu gospodarczego związanego z przedłużającym się załamaniem cen na rynku ropy, który dotknął ZEA (przede wszystkim emirat Dubaju) w 2014 r. Pomimo pogorszenia wskaźników ekonomicznych, informacje zawarte w raporcie IMF z 2017 r.<sup>24</sup> oraz oświadczeniach po wizycie

---

<sup>20</sup> Informator Ekonomiczny MSZ: <http://www.abuzabi.msz.gov.pl/>

<sup>21</sup> IMF Country Report no. 17/218, United Arab Emirates: <https://amchamdubai.org/wp-content/uploads/2017/08/ABC-Dubai-IMF-Country-Report-UAE-Press-Release-and-Staff-Report-July-14-2017.pdf>

<sup>22</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

<sup>23</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 9 stycznia 2019 r.

<sup>24</sup> IMF Country Report no. 17/218, United Arab Emirates: <https://amchamdubai.org/wp-content/uploads/2017/08/ABC-Dubai-IMF-Country-Report-UAE-Press-Release-and-Staff-Report-July-14-2017.pdf>



studyjnej ekspertów IMF w ZEA w 2018<sup>25</sup> i 2019 r.<sup>26</sup> wskazują na to, że gospodarka ZEA przystosowuje się do nowej koniunktury. Prognozy przewidują 2,5% wzrost gospodarczy w 2019 r.<sup>27</sup> Ogromny wpływ na gospodarkę będzie miał wzrost inwestycji w związku z organizacją *EXPO 2020* w Dubaju.

### **STREFY WOLNEGO HANDLU<sup>28</sup>**

Zgodnie z *Wizją 2021* handel to jeden z najważniejszych elementów strategii dywersyfikacji gospodarczej ZEA. Władze ZEA podjęły szereg inicjatyw ukierunkowanych na rozwój handlu. Jedną z nich było utworzenie tzw. stref wolnego handlu (*free zones*). Obecnie w ZEA funkcjonuje ponad 45 stref wolnego handlu oferujących zagranicznym przedsiębiorcom prawo do 100% własności zagranicznej i zwolnienie od podatków. Zazwyczaj są one dedykowane konkretnym sektorom. Każda z nich posiada oddzielne władze i regulacje.

5% importu i eksportu rolno-spożywczego ZEA przechodzi przez strefy wolnego handlu.

### **CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH MIĘDZYNARODOWYCH**

- ZEA są jednym z państw założycielskich Rady Współpracy Zatoki Perskiej (*Gulf Cooperation Council, GCC*). Organizacja ta ustanowiła unię celną pomiędzy zrzeszonymi państwami (ZEA, Bahrajn, Kuwejt, Oman, Katar, KAS). Unia przewiduje bezcłowy dostęp dla towarów lokalnych sprzedawanych między państwami członkowskimi. Nakłada również wspólną 5-procentową taryfę zewnętrzną dla większości towarów. Towary, które przechodzą odprawę w urzędzie celnym wprowadzenia w jednym z państw członkowskich GCC, mogą być kierowane do innego państwa członkowskiego bez konieczności dalszych procedur celnych na granicy państwa przeznaczenia GCC z wyjątkiem dodatkowej deklaracji statystycznej w zakresie handlu między państwami GCC.<sup>29</sup>
- ZEA są członkiem porozumienia o wolnym handlu (GAFTA/PAFTA), zrzeszającego państwa GCC oraz Algierię, Egipt, Irak, Jordanię, Liban, Libię, Maroko, terytoria palestyńskie, Sudan, Syrię (członkostwo zawieszono), Tunezję i Jemen. W ramach porozumienia zniesiono cła na niemal wszystkie produkty wewnątrz tego obszaru. Stopniowo redukuje się także bariery pozataryfowe w handlu pomiędzy krajami członkowskimi.<sup>30</sup>

<sup>25</sup> IMF press release no 18/369:

<https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/10/01/pr18369-imf-staff-completes-2018-article-iv-mission-to-the-united-arab-emirates>

<sup>26</sup> IMF: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2019/11/06/pr19398-united-arab-emirates-imf-staff-completes-2019-article-iv-mission>

<sup>27</sup> *Ibidem*

<sup>28</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>29</sup> Portal Promocji Eksportu MPiE: <https://uae.trade.gov.pl/pl/zea/wymiana-handlowa/premium/10627,preferencyjne-traktowanie.html>

<sup>30</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

## RELACJE Z UE

W styczniu 2018 r. podpisane zostało porozumienie o współpracy pomiędzy UE a ZEA, które ma na celu usprawnienie dialogu politycznego i handlu dwustronnego pomiędzy krajami UE a ZEA. Relacje polityczne z UE wzmacnia również delegatura UE, która działa w Abu Zabi od 2013 r.

### Wskaźniki ekonomiczne:<sup>3132</sup>

Wzrost PKB realnego (2017): 0,8%

Stopa inflacji (2017): 2%

Stopa bezrobocia (2016): 1,6%

Międzynarodowa pozycja inwestycyjna: brak danych ze względu na ograniczenia systemu sprawozdawczego kraju<sup>33</sup>

Dopływ BIZ netto (2018): 10,39 mld USD

### Ratingi kredytowe:<sup>34</sup>

Moody's: Aa2

S&Ps: AA

Fitch: AA

### Rankingi międzynarodowe:

Global Competitiveness Report, World Economic Forum (2019): 25 miejsce (na 141 krajów)<sup>35</sup>

Global Innovation Index (2019): 36 miejsce (na 129 krajów)<sup>36</sup>

Doing Business, World Bank (2019): 16 miejsce (na 190 krajów)<sup>37</sup>

## 1.2.2 Rolnictwo

Rolnictwo Zjednoczonych Emiratów Arabskich jest słabo rozwinięte i stanowi 0,6% w strukturze PKB kraju. ZEA są krajem pustynnym. Tereny rolne stanowią 4,6% powierzchni kraju, z czego grunty orne – 0,6%, plantacje trwałe – 0,5%, a trwałe użytki zielone – 3,6%<sup>38</sup>. Szacuje się, że na terenie kraju znajduje się obecnie 160 tys. ha gruntów rolnych.<sup>39</sup>

<sup>31</sup> World Bank: <http://databank.worldbank.org/>

<sup>32</sup> Index Mundi: [http://www.indexmundi.com/united\\_arab\\_emirates/](http://www.indexmundi.com/united_arab_emirates/)

<sup>33</sup> IMF Country Report no. 17/218, United Arab Emirates: <https://amchamdubai.org/wp-content/uploads/2017/08/ABC-Dubai-IMF-Country-Report-UAE-Press-Release-and-Staff-Report-July-14-2017.pdf>

<sup>34</sup> Trading economics: <https://tradingeconomics.com/united-arab-emirates/rating>

<sup>35</sup> Global Competitiveness Report 2018, World Economic Forum: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

<sup>36</sup> Global Innovation Index 2018: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>

<sup>37</sup> Doing Business 2019, World Bank: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreconomies/united-arab-emirates>

<sup>38</sup> Index Mundi: [http://www.indexmundi.com/united\\_arab\\_emirates/land\\_use.html](http://www.indexmundi.com/united_arab_emirates/land_use.html)

<sup>39</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

Niewielkie tereny uprawne występują na wybrzeżu, w oazach i w dolinach okresowych rzek. Większość ziem uprawnych ZEA stanowią palmy daktylowe, które uprawiane są w małych oazach, głównie *Al Liwa Oasis*. W ZEA uprawia się również: pomidory, ogórki, arbuzy, cebulę, kapustę oraz niewielkie ilości zbóż. Główne obszary rolnicze to: Diqdaqah w Ras Al Khaimah, Falaj al Muallaw Umm Al Quwain, Wadi ADH Dhayd w Sharjah, Al Awir w Dubaju i wybrzeże Fujairah. W ostatnich latach działalność rolniczą zwiększył emirat Abu Dhabi, w tym Al Ain.<sup>40</sup>

W ZEA rozwinęła się produkcja owoców morza oraz drobiu. W mniejszym stopniu w ZEA produkuje się również mięso wielbłądzie, kozie i wołowinę.<sup>41</sup>

Lokalna hodowla nie zaspokaja zapotrzebowania na produkty spożywcze, przede wszystkim w zakresie produktów mięsnych oraz owoców (z wyjątkiem daktyli) i warzyw.<sup>42</sup>

Potencjał rozwoju rolnictwa w ZEA jest ograniczony ze względu na warunki naturalne (wysokie temperatury, ograniczone zasoby wodne, plagi szarańczy) i mały udział areału gruntów ornych w ogólnej powierzchni. ZEA są uzależnione od importu żywności, co – przy rosnącej liczbie mieszkańców i odwiedzających – stwarza poważne zagrożenie w kontekście bezpieczeństwa żywnościowego. W ostatnich latach indeks samowystarczalności żywnościowej kraju uległ wyraźnemu spadkowi, nieznacznie poprawił się jednak w 2018 r. (awans o dziesięć pozycji w stosunku do 2018 r.). W 2019 r. ZEA zajęły 21. miejsce w światowym rankingu *Global Food Security Index* oraz 2. pozycję spośród krajów GCC.<sup>43</sup>

Bezpieczeństwo żywnościowe jest jednym z priorytetów *Wizji 2021*, a rząd ZEA podejmuje działania w kierunku zmniejszenia uzależnienia od zewnętrznych dostaw żywności. W kraju rozwija się technologie oparte na bezglebowej uprawie roślin na pożywkach wodnych czyli tzw. hydroponice (*hydroponics*) oraz nowe rozwiązania w zakresie odsalania wody. Rząd ZEA prowadzi politykę zachęt do podejmowania aktywności rolniczej oraz korzystania z nowoczesnych technologii rolniczych wspierających zrównoważony rozwój. W 2019 r. środki pomocowe na rozwój rolnictwa można było otrzymać m.in. w zakresie nawozów stosowanych w hydroponice i rolnictwie organicznym oraz nasion najbardziej popularnych roślin rolnictwa ekologicznego, środków zaopatrzeniowych stosowanych w ramach systemu Zintegrowane Zarządzanie Szkodnikami, materiałów do budowy szklarni itp.<sup>44</sup>. W 2019 r. uchwałą rządu powołano urząd *Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority* (Urząd ds. Rolnictwa i Bezpieczeństwa), który ma być pionierskim w ZEA centrum innowacji rolniczych.<sup>45</sup> Lokalne firmy działające

---

<sup>40</sup> Rynek rolny w ZEA, Portal Promocji Eksportu: <https://uae.trade.gov.pl/pl/zea/analizy-rynkowe/220264,rynek-rolny-w-zea-.html>

<sup>41</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>42</sup> *Ibidem*

<sup>43</sup> Global Food Security Index: <https://foodsecurityindex.eiu.com/>

<sup>44</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 września 2019 r.

<sup>45</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 3 kwietnia 2019 r.

w ramach priorytetów określonych przez *Wizję 2021* mogą otrzymać wsparcie na start oraz dofinansowanie od rządu (np. w ramach *Khalifa Fund*).

Plan strategiczny Ministerstwa ds. Zmian Klimatu i Środowiska ZEA (MOCCAЕ) na lata 2014-2016 zakładał zwiększenie powierzchni pod uprawy ekologiczne o 5%. Rząd zachęca rolników do ekologicznych metod produkcji m.in. poprzez wprowadzenie dopłat. Pod koniec 2016 r. w ZEA odnotowano 80 gospodarstw uprawiających ekologiczne warzywa, 7 hodowli zwierząt i 5 ekologicznych zakładów przetwórstwa o łącznej powierzchni 18 tys. ha.<sup>46</sup>

W ZEA funkcjonuje również 200 farm wertykalnych, które są w stanie zaspokoić 20% krajowego zapotrzebowania na owoce i warzywa. Uprawy tego rodzaju zmniejszają zużycie wody o 70%.<sup>47</sup>

Planuje się inwestycje firm emirackich za granicą w celu zapewnienia zwiększonych dostaw. Badane są możliwości w tym zakresie na wszystkich kontynentach. W ostatnich latach podjęto inwestycje w Rumunii, Egipcie, Sudanie, Serbii i Kambodży. Uganda wydzieliła 2,5 tys. hektarów gruntów na wolną strefę rolną przeznaczoną dla Emiratów.

### **WSPÓŁPRACA RZĄDU ZEA Z SIECIAMI HIPERMARKETÓW**

W maju 2017 r. Ministerstwo ds. Zmian Klimatu i Środowiska ZEA (MOCCAЕ) podpisało porozumienie o współpracy z *Majid Al Futtaim Retail*<sup>48</sup> w zakresie sprzedaży lokalnych produktów rolnych w supermarketach *Carrefour* na terenie Emiratów. Inicjatywa promuje sprzedaż produktów pochodzących z lokalnych upraw, przede wszystkim lokalnych produktów rolnictwa ekologicznego. Służy również wzmocnieniu świadomości społecznej na temat zalet ekologicznej żywności<sup>49</sup>. Wzrost popytu na produkty lokalne stymulowany działaniami rządowymi nie stanowi większego zagrożenia dla importu żywności do ZEA.<sup>50</sup>

Zgodnie z danymi *Carrefour*, *LuLu i Co-op*, łączna sprzedaż owoców i warzyw pochodzących z lokalnych farm wertykalnych i na bazie hydroponiki osiągnęła w 2018 r. wartość 35 mld PLN. Produkcja tych farm jest w stanie zaspokoić 20% krajowego zapotrzebowania na owoce i warzywa.<sup>51</sup>

### **KRAJOWA STRATEGIA BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCIOWEGO 2051<sup>52</sup>**

Bezpieczeństwo żywnościowe należy do priorytetów władz ZEA. W 2017 r. ustanowiono urząd Ministra Stanu ds. Bezpieczeństwa Żywnościowego, a w listopadzie 2018 r., podczas zamkniętego spotkania rządu, zaprezentowana została Krajowa Strategia Bezpieczeństwa Żywnościowego 2051. Podstawowe założenia strategii podane zostały

---

<sup>46</sup> *Ibidem*

<sup>47</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 9 stycznia 2019 r. i 3 lutego 2019 r.

<sup>48</sup> *Majid Al Futtaim Retail* jest jednym z najważniejszych koncernów na Bliskim Wschodzie, w Afryce i Azji. Koncern zarządza m.in. hipermarketami *Carrefour*.

<sup>49</sup> MOCCAЕ: <https://www.moccae.gov.ae/>

<sup>50</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi

<sup>51</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 6 lutego 2019 r.

<sup>52</sup> *Ibidem*

w wywiadzie dla *Gulfnews* w styczniu 2019 r. i potwierdzone przez Panią Minister m.in. podczas konferencji poświęconej przyszłości sektora produkcji żywności w ZEA „Future Food 2019”, która odbyła się we wrześniu 2019 r.<sup>53</sup>

Strategia stawia sobie za cel uzyskanie przez ZEA do 2051 r. statusu kraju o najwyższym na świecie Indeksie Globalnego Bezpieczeństwa Żywnościowego (*Global Food Security Index*), a do 2021 r. uzyskanie pozycji w pierwszej dziesiątce krajów na tej liście. Celami strategii są także: rozwój zrównoważonej produkcji krajowej przy pomocy nowoczesnych technologii, ustanowienie międzynarodowych partnerstw w celu dywersyfikacji dostaw żywności, wdrożenie przepisów i programów w celu poprawy odżywiania i zmniejszenia ilości odpadów.

Dodatkowo „ZEA wprowadza pierwszy w swojej historii koszyk żywnościowy, który zawiera 18 różnych produktów żywności w sześciu grupach, co do których zakłada się, że lokalna produkcja na dużą skalę pozwoli na ofertę po konkurencyjnych cenach”. Konkurencyjność tych produktów na emirackim rynku ma wynikać nie tylko z kwestii cenowych, ale także ze zrównoważonej produkcji. W koszyku znalazły się: pomidory, sałata, ogórki, ziemniaki, jabłka, banany, daktyle, mleko, jaja, mięso drobiowe, mięso wołowe, pszenica, ryż, rośliny strączkowe, ryby, olej, cukier. Produkty te oznaczone będą nową etykietą „Zrównoważonego Emirackiego Rolnictwa” (*Emirates Sustainable Agriculture Label*). Ma to oznaczać, że będą one towarami określanymi jako „Agriculture-tech” lub „Ag-tech”, czyli spełniającymi standardy zrównoważonej produkcji.

„Ag-tech” określany jest jako nowy sektor gospodarki oparty o trwałe i zrównoważone systemy produkcji żywności. Władze ZEA planują wdrożenie inicjatyw w celu wzmocnienia rozwoju Ag-tech, obejmujące m.in. wsparcie finansowe, jednolite licencje, nowe systemy informacji i nowe rozwiązania w zakresie akwakultury.

Nowa strategia nie określa żadnych celów w zakresie importu. ZEA pozostają świadome roli importu żywności. Strategia nie umniejsza znaczenia dostaw z zagranicy i zakłada ustanowienie wielu międzynarodowych partnerstw gwarantujących ciągłość dostaw. ZEA nie rezygnują jednak z promocji i wsparcia nowoczesnych technologii stosowanych w krajowym rolnictwie, co wpisuje się w cele Strategii.

Zgodnie z danymi podanymi na konferencji „Future Food 2019” lokalny przemysł zabezpiecza 10,5% konsumpcji żywności w ZEA, udział ten powoli jednak rośnie.<sup>54</sup> Statystyki pokazują również wyraźny wzrost znaczenia branży spożywczej i napojów w strukturze sektora produkcyjnego ZEA (30% udziału).<sup>55</sup> 72,5% handlu prowadzonego w ZEA to handel żywnością.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 1 października 2019 r.

<sup>54</sup> *Ibidem*

<sup>55</sup> UAE Food and Beverage Manufacturers: Annual UAE Food Industry Report 2019

<sup>56</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 1 października 2019 r.

### **1.2.3 Sektor rolno-spożywczy**

#### **A) Ogólna charakterystyka**

ZEA są drugim największym konsumentem żywności w krajach GCC. Miasta Dubaj i Abu Zabi są kluczowymi centrami konsumpcji ze względu na liczbę mieszkańców oraz odwiedzających je turystów i ludzi biznesu. Według prognoz w okresie 2016-2021 nastąpi wzrost liczby ludności o 3% (CAGR – średni wskaźnik rocznego wzrostu w danym okresie).<sup>57</sup>

Małe rozmiary produkcji rolnej sprawiają, że ZEA są prawie całkowicie uzależnione od importu. ZEA importują 90% żywności, w tym większość produktów świeżych; są też ogromnym hubem reeksportowym. W 2018 r. głównymi kierunkami reeksportu rolno-spożywczego z ZEA były następujące państwa: Irak, Arabia Saudyjska, Oman, Afganistan, Kuwejt, Jemen, Somalia, Wietnam, Bahrajn, Pakistan, Indie, Malediwy, Jordania, Egipt. Główne produkty rolno-spożywcze reeksportowane przez ZEA w 2018 r. to: tytoń i wyroby tytoniowe (26% w strukturze towarowej reeksportu spożywczego), owoce i orzechy (20%), napoje bezalkoholowe, alkoholowe i ocet (8%), produkty mleczarskie, jaja ptasie, miód naturalny (6%), zboża (6%), kawa, herbata, mate i przyprawy (5%), warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne (5%), kakao i przetwory z kakao (3%), mięso i podroby jadalne (3%), cukry i wyroby cukiernicze (2%), przetwory z warzyw, owoców, orzechów (2%), przetwory ze zbóż i pieczywa cukiernicze (2%). Łączna wartość reeksportu rolno-spożywczego z ZEA wyniosła 5,2 mld USD.<sup>58</sup>

ZEA są największym producentem żywności na Bliskim Wschodzie pomimo ograniczonych możliwości w zakresie produkcji rolnej. Sektor spożywczy jest znaczącym segmentem bazy produkcyjnej kraju.<sup>59</sup> Producenci nie importują produktów przetworzonych, ale surowce i składniki, które są następnie przetwarzane w lokalnych zakładach. Produkty przetwórstwa służą zaspokojeniu popytu lokalnego, a część z nich jest eksportowana. Branże przetwórstwa zbóż i soi, mięsna, mleczarska, przetwórstwa warzyw, produkcji soków, napojów i przekąsek są w stanie konkurować z branżami krajów Bliskiego Wschodu i Azji.<sup>60</sup>

Dubaj to kluczowy ośrodek produkcji żywności w ZEA. Miasto i emirat dysponują rozbudowaną, nowoczesną infrastrukturą logistyczną, w tym zapleczem przechowalniczym i przetwórczym oraz strategiczną lokalizacją.<sup>61</sup> Doskonałe warunki do prowadzenia działalności oferują strefy wolnego handlu. *Dubai Multi Commodities Centre* jest największą strefą

---

<sup>57</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>58</sup> Opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Comtrade

<sup>59</sup> Oxford Business Group: <https://oxfordbusinessgroup.com/news/dubai-food-industry-feeding-economy>

<sup>60</sup> UAE Food Processing Sector 2010, USDA:

[https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Processing%20Ingredients\\_Dubai\\_United%20Arab%20Emirates\\_6-16-2010.pdf](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Processing%20Ingredients_Dubai_United%20Arab%20Emirates_6-16-2010.pdf)

<sup>61</sup> Oxford Business Group: <https://oxfordbusinessgroup.com/news/dubai-food-industry-feeding-economy>

wolnego handlu na świecie, przy czym 8% firm zlokalizowanych w tej strefie działa na rynku żywności.<sup>62</sup> Większość zakładów przetwórczych znajduje się w *Dubai Industrial City* i *Jebel Ali Free Zone* (emirat Dubaju).<sup>63</sup> Powstała w 2017 r. strefa wolnego handlu *Dubai Food Park* ma na celu dodatkowe wzmocnienie pozycji Dubaju jako centralnego ośrodka handlu i reeksportu oraz przetwórstwa żywności w rejonie GCC. Służy również zapewnieniu bezpieczeństwa żywnościowego w kraju i regionie.<sup>64</sup>

*Jebel Ali Free Zone* odgrywa szczególną rolę w przetwórstwie mięsa. Znajdują się tam zakłady głównych producentów branży mięsnej z Bliskiego Wschodu. Branża mięsna w ZEA rozwija się wraz ze wzrostem siły nabywczej konsumentów. Uruchomienie prywatnych zakładów produkcyjnych w strefach wolnego handlu pozwala producentom mięsa importować żywy inwentarz i otwierać linie produkcyjne w celu dystrybucji produktów mięsnych w regionie GCC.<sup>65</sup>

Mając na uwadze konkurencyjność w globalnym systemie handlu, ZEA działają także w kierunku zapewnienia odpowiedniej jakości dostaw. W styczniu 2016 r. weszła w życie ustawa zawierająca normy i regulacje w zakresie utrzymania bezpieczeństwa i jakości żywności. Obejmuje ona wszystkie podmioty gospodarcze zajmujące się żywnością i nakłada surowe kary na tych, których działania mogą stwarzać zagrożenia dla bezpieczeństwa żywności.<sup>66</sup> Kary nakładane są m.in. za wykroczenia w zakresie importowania żywności bez uzyskania pozwolenia od MOCCA (Ministerstwo ds. Zmian Klimatu i Środowiska ZEA), sprzedaży produktów zawierających wieprzowinę, alkohol lub ich produkty uboczne bez odpowiedniego pozwolenia, wprowadzania konsumentów w błąd poprzez fałszywy opis lub nieprawidłową etykietę.<sup>67</sup>

## **B) Najważniejsze instytucje<sup>68</sup>**

- **MOCCA** (Ministerstwo ds. Zmian Klimatu i Środowiska) odpowiada za politykę rolną ZEA i wprowadza przepisy dotyczące dopuszczania do sprzedaży produktów rolno-spożywczych produkowanych lokalnie oraz pochodzących z importu. Przepisy te wdrażane są przez sekcje ds. kontroli bezpieczeństwa żywności oraz inspekcje operujące na poziomie poszczególnych emiratów. W emiracie Abu Zabi jest to *Abu Dhabi Agriculture and Food*

---

<sup>62</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>63</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry: <http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>64</sup> The National: <https://www.thenational.ae/business/sheikh-mohammed-inaugurates-dh5-5-billion-dubai-food-park-1.489224>

<sup>65</sup> The Institute of Export & International Trade: <http://www.uae.doingbusinessguide.co.uk/>

<sup>66</sup> Materiały RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

<sup>67</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>68</sup> *Ibidem*

*Safety Authority* (Urząd ds. Rolnictwa i Bezpieczeństwa Abu Zabi).<sup>69</sup> W emiratach Dubaju i Szardży za kwestie bezpieczeństwa żywności odpowiadają władze lokalne: *Dubai Municipality* (Urząd Miasta Dubaj) oraz *Sharjah Municipality* (Urząd Miasta Szardża). Ich departamenty przeprowadzają kontrole żywności importowanej w portach morskich, lotniczych itp.

- **ESMA** (Urząd Normalizacji i Metrologii) zajmuje się opracowywaniem krajowych norm i standardów.

### C) Informacje handlowe<sup>7071</sup>

Wysoka dynamika importu, spowodowana m.in. wysoką dynamiką popytu krajowego sprawia, że systematycznie rośnie deficyt w handlu zagranicznym artykułami rolno-spożywczymi.

<b>Import rolno-spożywczy</b>	
Wartość (2018 r.)	18,1 mld USD
Struktura towarowa (2018 r.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- owoce i orzechy (11%)</li> <li>- mięso i podroby jadalne (10%)</li> <li>- produkty mleczarskie, jaja ptasie, miód naturalny (10%)</li> <li>- tytoń i wyroby tytoniowe (8%)</li> <li>- zboża (7%)</li> <li>- napoje bezalkoholowe, alkoholowe i ocet (6%)</li> <li>- warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne (5%)</li> <li>- nasiona i owoce oleiste (5%)</li> <li>- przetwory ze zbóż, pieczywa cukiernicze (5%)</li> <li>- cukry i wyroby cukiernicze (4%)</li> <li>- kawa, herbata, mate i przyprawy (4%)</li> <li>- kakao i przetwory z kakao (4%)</li> <li>- ryby i zwierzęta wodne (4%)</li> <li>- tłuszcze i oleje pochodzenia zwierzęcego lub roślinnego (3%)</li> <li>- przetwory z warzyw, owoców, orzechów (3%)</li> <li>- pozostałe (10%)</li> </ul>
Główne kierunki (2018 r.)	Indie, Brazylia, USA, Arabia Saudyjska, Australia, Nowa Zelandia, Francja, Wielka Brytania, Holandia, Chiny, Kanada, Pakistan, Hiszpania, Rosja, Włochy, Indonezja, Turcja, Korea Południowa, Egipt, RPA, Niemcy, Oman

<sup>69</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 3 kwietnia 2019 r.

<sup>70</sup> Opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Comtrade

<sup>71</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>



<b>Eksport rolno-spożywczy</b>	
Wartość (2018 r.)	12,6 mld USD
Struktura towarowa (2018 r.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tytoń i wyroby tytoniowe (36%)</li> <li>- owoce i orzechy (10%)</li> <li>- produkty mleczarskie, jaja ptasie, miód naturalny (8%)</li> <li>- napoje bezalkoholowe, alkoholowe i ocet (5%)</li> <li>- kawa, herbata, mate i przyprawy (4%)</li> <li>- cukry i wyroby cukiernicze (4%)</li> <li>- przetwory ze zbóż, pieczywa cukiernicze (4%)</li> <li>- kakao i przetwory z kakao (3%)</li> <li>- tłuszcze i oleje pochodzenia zwierzęcego lub roślinnego (3%)</li> <li>- warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne (3%)</li> <li>- przetwory z warzyw, owoców, orzechów (3%)</li> <li>- przetwory z mięsa, ryb lub skorupiaków, mięczaków, lub pozostałych bezkręgowców wodnych (3%)</li> <li>- zboża (3%)</li> <li>- mięso i podroby jadalne (2%)</li> <li>- ryby i zwierzęta wodne (2%)</li> <li>- pozostałe (9%)</li> </ul>
Główne kierunki (2018 r.)	Irak, Arabia Saudyjska, Iran, Oman, Kuwejt, Afganistan, Somalia, Syria, Libia, Jemen, Wietnam, Jordania, Bahrajn, Egipt

## **D) Profil konsumenta<sup>72</sup>**

### **TRENDY KONSUMENCKIE**

Populacja ZEA wzrosła niemal dwukrotnie w ciągu ostatniej dekady w wyniku napływu obcokrajowców z 200 krajów, głównie z Azji Południowej.<sup>73</sup> Obecnie obcokrajowcy stanowią 88% populacji ZEA. Dodatkowo kraj ten jest popularnym celem turystycznym oraz biznesowym. Liczba konsumentów oscyluje wokół 9 mln mieszkańców i 17 mln rocznie przybywających zagranicznych turystów.<sup>74</sup> Wielokulturowość wpływa na zróżnicowane zapotrzebowanie na artykuły żywnościowe. Obywatele ZEA wybierają towary

<sup>72</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>73</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA):

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>74</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

wysokiej jakości. Imigranci z krajów rozwijających się zaspokajają potrzeby konsumpcyjne, bazując na najtańszych produktach żywnościowych.

Z jednej strony dynamika życia wpływa na wzrost zapotrzebowania na żywność przetworzoną i gotową do spożycia. Od 2012 r. odnotowuje się stały wzrost sprzedaży tych produktów o 8% (CAGR). Prognozy przewidują utrzymanie trendu wzrostowego na podobnym poziomie w najbliższych latach.<sup>75</sup>

Z drugiej strony systematycznie wzrasta także świadomość społeczeństwa co do zdrowego odżywiania, w tym chęć zapobiegania chorobom przewlekłym takim jak otyłość, cukrzyca i nadciśnienie tętnicze. Przyczynia się to do wzrostu zapotrzebowania na produkty ekologiczne o niskiej zawartości tłuszczu i żywność bezglutenową. Żywność ekologiczna to obecnie 15% rynku żywności pakowanej. Sprzedaż produktów określanych jako zdrowe i żywności typu *wellness* wzrosła w latach 2010-2015 o 12% (CAGR). Badania przeprowadzone przez *Global Health & Wellness* w drugim półroczu 2014 r. pokazały, że 83% respondentów zamieszkałych w ZEA jest skłonnych zapłacić wyższą cenę za zdrową żywność.

Konsumenci w ZEA najchętniej sięgają po produkty zbożowe, owoce i warzywa. Produkty te stanowią 75% w całkowitej strukturze konsumpcji krajowej.

Prognozy przewidują stały wzrost liczby konsumentów i wydatków konsumpcyjnych per capita w ZEA, co przełoży się na wzrost wydatków konsumpcyjnych na żywność, w tym na produkty importowane.<sup>76</sup>

### **NAJWAŻNIEJSZE GRUPY KONSUMENTÓW<sup>77</sup>**

- **Emiraccy** – rdzenni mieszkańcy stanowią ponad 10% populacji ZEA. Grupa ta cechuje się dużą zamożnością. 90% Emiraccyków znajduje zatrudnienie w sektorze publicznym. Grupa otrzymuje wysokie pensje i jest uprzywilejowana pod względem ekonomicznym. W 2016 r. przeciętny dochód rodziny pochodzenia emirackiego był dwukrotnie wyższy niż dochód rodziny pochodzenia zagranicznego. Tradycja (w tym zakaz spożywania wieprzowiny i alkoholu) ma ogromny wpływ na preferencje kulinarne tej grupy. Zakupy codzienne dla tej grupy często dokonywane są przez pomoc domową.
- **Zamożni/relatywnie zamożni obcokrajowcy zamieszkujący w ZEA** – przedstawiciele grupy w większości pochodzą z tzw. państw Zachodu i stanowią ok. 8% populacji ZEA. Konsumenci chętnie sięgają po towary luksusowe i wykazują zainteresowanie różnorodnymi produktami spożywczymi, w tym produktami pochodzącymi z ich miejsca pochodzenia.
- **Obcokrajowcy o niskich dochodach zamieszkujący w ZEA** – grupa ta stanowi ok. 50% populacji ZEA i stanowi tanią siłą roboczą tego kraju.

<sup>75</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 28 marca 2018 r.

<sup>76</sup> *Ibidem*

<sup>77</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE):

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

Większość dochodów tej grupy przeznaczana jest na jedzenie, zakwaterowanie oraz inne dobra podstawowe, podczas gdy oszczędności wysyłane są do rodzinnego kraju. Grupa jest szczególnie wrażliwa na ceny żywności. Nie przejawia zainteresowania towarami luksusowymi.

## **E) System dystrybucji towarów<sup>787980</sup>**

### **KANAŁY DYTRYBUCJI W ZEA**

Możliwości sprzedaży produktów spożywczych w ZEA rosną dzięki rozwojowi sieci handlowych i detalu oraz pojawieniu się nowych kanałów usług gastronomicznych takich jak np. mobilne punkty sprzedaży oraz e-commerce. Wpływa to nie tylko na wzrost sprzedaży, lecz również na stymulację popytu.

Rynek spożywczy ZEA charakteryzuje się dużą liczbą firm detalicznych, z czego 5 największych sieci detalicznych posiada 15% udziału w rynku. W 2014 r. Portal *Euromonitor* odnotował w ZEA ok. 10 tys. punktów sprzedaży detalicznej – zarówno nowoczesnych jak i tradycyjnych.<sup>81</sup>

10 największych sieci detalicznych w ZEA (2014):<sup>82</sup>

- *LuLu Group*
- *Carrefour*
- *Spinneys*
- *Choithram*
- *Al Maya*
- *Al Safeer*
- *Abu Dhabi Co-op*
- *Fu-Com*
- *LVMH*
- *John Lewis*

Ze względu na wysoki poziom zurbanizowania ZEA oraz dużą siłę nabywczą jego mieszkańców, ogromną popularnością cieszą się supermarkety i hipermarkety. Międzynarodowe sieci, m.in. *Spinneys*, *Carrefour*, funkcjonują obok ogromnych lokalnych sieci takich jak *Lulu Group*, *Choithrams* i *Al Maya Group*. Sieci te rozszerzają działalność przed *Expo 2020*, otwierając nowe punkty sprzedaży w centrach handlowych i kompleksach mieszkalnych. Obcokrajowcy z „Zachodu” mieszkający w ZEA najczęściej robią zakupy w „zachodnich” hipermarketach/supermarketach (*Carrefour*, *Waitrose* itp.). Bliskowschodnie hipermarkety/supermarkety (*Spinneys*, *Choichtrams*, *Lulu* itp.) są popularne wśród innych grup konsumentów. W 2017 r. hipermarkety

---

<sup>78</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>79</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

<sup>80</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 31 maja 2017 r.

<sup>81</sup> Agriculture and agri-food Canada: <http://www.agr.gc.ca/>

<sup>82</sup> *Ibidem*

odpowiadały za 56% sprzedaży detalicznej żywności, a supermarkety – za 20%.<sup>83</sup>

Z uwagi na szybkie tempo życia i intensywny ruch drogowy, mieszkańcy ZEA robią duże zakupy w hipermarketach, a na co dzień zaopatrują się w żywność w mniejszych sklepach w najbliższej okolicy. Skłania to duże sieci do otwierania sklepów całodobowych o mniejszej powierzchni. Udział sklepów typu *convenience store* w sprzedaży detalicznej jest niewielki i wynosi 2%.

Zarówno sieci międzynarodowe i lokalne poszerzają ofertę o produkty typu *private label*. Cechują się one dobrą jakością i niską ceną (20-30% niższą niż ceny produktów znanych marek) i są chętnie wybierane przez konsumentów.

Rośnie popularność zakupów spożywczych przez Internet. Powstaje wiele startupów zajmujących się handlem spożywczym np. *El Grocer*, *trolley.ae*. W obawie przed konkurencją coraz więcej detalistów zaczyna świadczyć także usługi online (np. *Carrefour*, *Lulu*, *Choithrams*).<sup>84</sup> Dużym zaufaniem cieszą się również platformy do zamawiania jedzenia z restauracji na wynos. Rynek e-commerce najbardziej rozwinął się w Dubaju. Udział tego rynku w sprzedaży żywności pozostaje jednak marginalny.<sup>85</sup>

ZEA są ważnym ośrodkiem biznesowym i turystycznym, w związku z czym hotele, restauracje oraz firmy cateringowe są ważnymi graczami na krajowym rynku gastronomicznym.<sup>86</sup>

Rynek usług cateringowych dzieli się na dwie kategorie: usługi cateringowe podczas lotów i usługi cateringowe obsługujące platformy wiertnicze, morskie kontyngenty, statki wycieczkowe i towarowe itp.<sup>87</sup> Głównym podmiotem w ZEA świadczącym usługi cateringowe podczas lotów jest *Emirates Flight Catering*<sup>88</sup>, spółka w której 90% udziałów posiadają największe na świecie linie lotnicze *Emirates*.<sup>89</sup> Firma przygotowuje posiłki dla tego przewoźnika jak również dla innych linii lotniczych.

Oczekuje się, że zarówno emiracki rynek HoReCa jak również ruch pasażerski do ZEA dodatkowo wzrosną dzięki organizacji EXPO 2020 w Dubaju.

Hotele, restauracje i firmy cateringowe nie importują żywności bezpośrednio od eksportera, ale korzystają z usług lokalnych firm importowych i hurtowników. Najczęściej wybierają kilka źródeł zaopatrzenia, by zapewnić konkurencyjność cen i różnorodność towarów. Szefowie kuchni w restauracjach i hotelach często są odpowiedzialni za decyzje w kwestii dostaw, w związku z czym zagraniczni eksporterzy próbują dotrzeć do nich

---

<sup>83</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>84</sup> *Ibidem*

<sup>85</sup> *Ibidem*

<sup>86</sup> Foodservice profile, the United Arab Emirates, Agriculture and Agri-Food Canada: [http://publications.gc.ca/collections/collection\\_2015/aac-aafc/A74-2-2009-2-eng.pdf](http://publications.gc.ca/collections/collection_2015/aac-aafc/A74-2-2009-2-eng.pdf)

<sup>87</sup> *Ibidem*

<sup>88</sup> United Arab Emirates Food & Drink Report, British Centres for Business: <http://www.chamberelancs.co.uk/wp-content/uploads/2016/02/UAE-Food-and-Drink-Sector-Report-by-the-BCB-February-2016-Sample.pdf>

<sup>89</sup> Emirates Flight Catering: <http://emiratesflightcatering.com/about-us/>

poprzez organizację pokazów kulinarnych. Sieci restauracyjne, np. *McDonald's*, w większości zaopatrują się od franczyzowych dostawców na zasadzie wyłączności.<sup>90</sup>

Zauważa się rosnącą tendencję do jedzenia na mieście, zarówno przy okazji spotkań biznesowych jak i towarzyskich. Jedzenie na mieście jest typowe dla obcokrajowców pracujących w ZEA. Najwięcej punktów gastronomicznych znajduje się w Dubaju, gdzie funkcjonuje ich 16 000.<sup>91</sup> Prognozy zakładają utrzymanie trendu wzrostowego zarówno dla restauracji jak i dla innych punktów gastronomicznych.<sup>92</sup>

Na popularności zyskuje nowy kanał dystrybucji: food trucki. W Dubaju powstały 2 parki food trucków i planuje się stworzenie 8 kolejnych. W kraju działa m.in. międzynarodowy operator food trucków *Roundup*. Władze emiratu ogłosiły plany przyznawania licencji food truckom.<sup>93</sup>

### **STRATEGIE W ZAKRESIE DYSTRYBUCJI – AGENT CZY PRZEDSTAWICIELSTWO**

- Firmy zagraniczne lub firmy funkcjonujące w strefach ekonomicznych muszą powołać oficjalnego dystrybutora lub agenta (obywatela ZEA lub firmę posiadaną przez Emiratczyka i zarejestrowaną w Ministerstwie Gospodarki) w celu wprowadzenia produktów na rynek. Często agenci wymagają nadania im wyłączności na import danego produktu/marki na terenie kraju. Rejestracja produktów spożywczych należy do obowiązków agenta.<sup>94</sup>
- Obserwuje się szczególną aktywność bezpośrednią zagranicznych podmiotów sektora rolno-spożywczego na rynku ZEA. Na miejscu działają przedstawiciele firm, jak również organizacje, agencji handlowych, grup dystrybucyjnych. Umożliwia to pozostawanie w stałym kontakcie z decydentami/ handlowcami/ agentami. Przedstawicielstwa reprezentują interesy swoich krajowych mocodawców. Do ich zadań należy czuwanie nad realizacją kontraktów, negocjacja cen, prezentacja ofert i próbek, uzgadnianie stanów magazynowych. Przedstawicielstwa zatrudniają również osoby miejscowe, które znają rynek i partnerów handlowych oraz posługują się językiem arabskim. Strategię tę stosują m.in. Francja, Niemcy, Nowa Zelandia, USA, Brazylia.<sup>95</sup>
- Dawne WPHI w Abu Zabi zwróciło uwagę na fakt, że główną strategią polskich producentów żywności chcących zaistnieć w ZEA jest szukanie agenta/dystrybutora. Otwarcie przedstawicielstwa w tym kraju daje jednak

<sup>90</sup> Foodservice profile, the United Arab Emirates, Agriculture and Agri-Food Canada: [http://publications.gc.ca/collections/collection\\_2015/aac-aafc/A74-2-2009-2-eng.pdf](http://publications.gc.ca/collections/collection_2015/aac-aafc/A74-2-2009-2-eng.pdf)

<sup>91</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>92</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 28 marca 2018 r.

<sup>93</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry: <http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>94</sup> Przewodnik po rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich, PAIH: [https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE\\_PL\\_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf](https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE_PL_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf)

<sup>95</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 15 listopada 2017 r.

o wiele większą szansę na sprzedaż. Źródła unijne podają, że środowisko biznesowe ZEA dobrze odbiera firmy, w których osoby odpowiedzialne za sprzedaż zlokalizowane są bezpośrednio w ZEA.<sup>96</sup>

- Jak podaje PAIH<sup>97</sup>: „W przypadku zakładania miejscowego przedstawicielstwa podstawową decyzją, która definiuje dozwolony zakres działalności biznesowej w ZEA i najlepszy współczynnik ponoszonych kosztów do potencjalnej skali, jest wybór formy i lokalizacji. Wybór ten dokonuje się głównie pomiędzy odpowiednią specjalną strefą ekonomiczną (*free zone*), a pełnoprawną lokalizacją na bazie lokalnego prawa ZEA (*mainland*), gdzie ta druga wymaga zawarcia umowy partnerskiej z obywatelem ZEA (tzw. Sponsor) mającym oficjalnie min. 51% udziałów w kapitale spółki.

(...) Działalność w strefie *free zone* z perspektywy celnej oznacza, że jest się poza terytorium kraju (*mainland*), co umożliwia bezpośrednią współpracę jedynie z innymi podmiotami zarejestrowanymi w specjalnych strefach lub podmiotami zagranicznymi – do prowadzenia dystrybucji na lokalnym rynku niezbędny jest lokalny agent.

Agent musi być obywatelem ZEA lub firmą, której właścicielem jest Emiratyńczyk i [która] zarejestrowana jest w Ministerstwie Gospodarki [*UAE Ministry of Economy*<sup>98</sup>]. Często agenci wymagają nadania im wyłączności na import danego produktu/marki na terenie kraju. Umowa agencyjna daje duże możliwości Agentowi i o ile warunki jej obowiązywania nie są jednoznacznie określone to proces jej rozwiązania może być skomplikowany. W związku z tym należy starannie sporządzić treść umowy podczas wyboru Agentów.

(...) Firmy zarejestrowane lokalnie (poza strefami specjalnymi), czyli *mainland*, muszą oficjalnie mieć Sponsora. Najczęstsze warianty działalności to Establishment (własna działalność) przepisana w 100% na lokalnego sponsora) oraz LLC (Sp. z o.o.), w której sponsor jest jednocześnie większościowym udziałowcem w spółce posiadając min. 51% udziałów. Choć jest to oczywiście model bardzo odmienny od znanych z innych części świata – tak zorganizowany system w ZEA (jak również innych krajach GCC) działa z powodzeniem od wielu lat i posiada odpowiednie uregulowania zapewniające prawa obu stronom. Sponsor w większości figuruje tylko w oficjalnych dokumentach i nie bierze udziału w codziennej działalności firmy. Sponsor musi być obywatelem ZEA i pobiera uzgodnioną z góry opłatę roczną. Zależnie od planów biznesowych uzasadnione może być wyszukanie dobrze umocowanego Sponsora, który pomoże w dotarciu do odpowiednich partnerów i kontaktów.”

---

<sup>96</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>97</sup> Przewodnik po rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich, PAIH: [https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE\\_PL\\_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf](https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE_PL_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf)

<sup>98</sup> <http://www.economy.gov.ae/english/Pages/default.aspx>

## F) Kluczowi gracze rynkowi<sup>99</sup>

Lista głównych krajowych graczy na rynku ZEA w 2016 r.:

Nazwa firmy	Pochodzenie	Działalność	Lokalizacja fabryk
<i>Agthia Group</i>	Abu Zabi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produkcja/dystrybucja</li> <li>2 gałęzie – <i>Agri</i> i <i>Consumer Business</i></li> <li><i>Agri</i> – mąki i pasze</li> <li><i>Consumer business</i> – wody i napoje, pasty, mrożone warzywa, pieczywo</li> </ul>	ZEA, Oman, Egipt, Turcja
<i>Al Dahra</i> <sup>100</sup>	Abu Zabi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uprawa/produkcja/handel</li> <li>Pasze dla zwierząt, ryż, mąka</li> </ul>	15 zakładów przetwórstwa pasz i 5 młynów zbożowych – ZEA, Egipt, KAS, RPA, USA, Hiszpania <sup>101</sup>
<i>Al Islami Foods</i>	Dubaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produkcja/dystrybucja</li> <li>Produkty halal: drób, produkty mięsne, owoce morza, dania gotowe do spożycia, przekąski, warzywa i przetwory</li> </ul>	2 zakłady w ZEA – <i>Jebel Ali Free Zone</i> i <i>Dubai Investment Park</i>
<i>Al Kabeer Group</i>	Dubaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produkcja/dystrybucja</li> <li>Drób, wołowina, owoce morza, owoce i warzywa, dania gotowe do spożycia, potrawy narodowe</li> </ul>	ZEA, KAS <sup>102</sup>
<i>Al Khaleej Sugar</i>	Dubaj	Import, rafinacja cukru/ dystrybucja cukru i produktów cukrowych	1 zakład w ZEA – <i>Jebel Ali Free Zone</i>
<i>Dubai Refreshments</i>	Dubaj	Konfekcjonowanie i dystrybucja napojów firmy PepsiCo	2 zakłady w ZEA – Al Quoz (emirat Dubaju), Dibba (Fudżajra)
<i>Foodoco Holding</i>	Abu Zabi	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 gałęzie działalności</li> <li>Import i dystrybucja produktów spożywczych i artykułów do domu</li> <li>Usługi cateringowe</li> <li>Opakowania spożywcze dla <i>private labels</i>, hoteli, restauracji itp.</li> <li>Usługi logistyczne</li> </ul>	bd
<i>IFFCO International Foodstuffs</i>	Szardża	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produkcja/dystrybucja</li> <li>Produkty rolne i rolno-spożywcze: słodczyce, produkty zbożowe, warzywa, owoce, mrożonki, karmy dla zwierząt, oleje i tłuszcze.</li> <li>Polimery i produkty opakowaniowe</li> </ul>	30 zakładów w 10 krajach

<sup>99</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>100</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 10 lutego 2019 r.

<sup>101</sup> <http://www.aldahra.com/>

<sup>102</sup> Al Kabeer: <http://www.al-kabeer.com/>

<i>National Food Products</i>	Abu Zabi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkcja/dystrybucja</li> <li>• Produkty mleczarskie, napoje, wody</li> <li>• Produkty opakowaniowe</li> <li>• <i>Joint venture</i> z Arla Foods (Dania)</li> </ul>	bd
<i>Unikai Foods</i>	Dubaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkcja produktów mleczarskich i soków</li> <li>• Import/dystrybucja produktów spożywczych na Bliskim Wschodzie i w Północnej Afryce</li> </ul>	bd

## 2. DOSTĘP DO RYNKU

### 2.1 Możliwość eksportu<sup>103104</sup>

W wyniku prac podejmowanych przez polskie instytucje fitosanitarne i weterynaryjne, mających na celu ułatwienie i uregulowanie zagranicznej wymiany handlowej artykułami rolno-spożywczymi, aktualny dostęp do rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich przedstawia się następująco:

- na rynek ZEA można wysyłać mięso wieprzowe i jego przetwory, ale jest ono sprzedawane tylko w wyznaczonych sklepach;
- ustalone świadectwa zdrowia:
  - świadectwo zdrowia dla miodu i produktów pszczelich,
  - weterynaryjne świadectwo zdrowia dla świeżego mięsa drobiowego i produktów drobiowych,
  - świadectwo zdrowia dla ryb i produktów rybnych przeznaczonych do spożycia przez ludzi,
  - świadectwo zdrowia dla jaj konsumpcyjnych;
- strona polska czyni starania w kierunku uzyskania jednolitych wymagań fitosanitarnych, które jednoznacznie i całościowo odnoszą się do warunków eksportu owoców i warzyw oraz innych towarów pochodzenia roślinnego;
- W ZEA planowane było wprowadzenie *GCC Guide on Imported Food Controls* – dokumentu mającego na celu regulację importu artykułów żywnościowych do krajów GCC. Dokument zawiera wzory świadectw zdrowia, które obejmują wspólnie uzgodnione przez kraje GCC minimum danych i oświadczeń. Każdy kraj ma jednak prawo modyfikować świadectwa zdrowia na potrzeby importu na własny rynek poprzez rozszerzenie czy dodanie własnych pozycji do świadectwa. Wzory świadectw zdrowia opracowane przez władze ZEA zostały przekazane stronie polskiej w październiku 2017 r.

W 2019 r. nie zaobserwowano postępów w kwestii wprowadzenia *GCC Guide* w życie.<sup>105</sup>

<sup>103</sup> Notatka o współpracy w dziedzinie rolnictwa z ZEA, MRiRW

<sup>104</sup> Informacja na temat eksportu produktów pochodzenia zwierzęcego na rynek ZEA i Kataru, GIW: <https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/zjednoczone-emiraty-arabskie>

<sup>105</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 16 stycznia 2019 r.



## 2.2 Utrudnienia w eksporcie

### 2.2.1 Utrudnienia w handlu rolno-spożywczym

- **Świadectwo „halal”** – w przypadku eksportu wyrobów mięsnych wymóg przedłożenia świadectwa uboju rytualnego „halal” wystawionego przez organizację zatwierdzoną przez władze ZEA to znaczące utrudnienie dla eksporterów.  
W Polsce organami nadającymi certyfikaty halal dla produktów przeznaczonych na rynek ZEA są: Polski Instytut Halal w Poznaniu<sup>106</sup> oraz Halal Correct Poland w Łodzi.<sup>107108</sup>
- **Ograniczenie importu wieprzowiny** – import wieprzowiny jest ograniczony ze względu na kwestie religijno-obyczajowe (spożywanie wieprzowiny jest zakazane przez islam). Z uwagi na wysoki odsetek wyznawców innych religii w ogólnej liczbie ludności kraju, wieprzowina i jej przetwory są w ZEA dostępne. Dystrybucja tych produktów jest jednak ograniczona – trafiają do wybranych podmiotów branży HoReCa albo nielicznych sieci handlowych mających dostosowane do wymogów odrębne alejki lub pomieszczenia oznaczone „For non-Muslims only”. Te same zasady dotyczą produktów zawierających żelatynę.<sup>109</sup>
- **Ograniczenie importu alkoholu**<sup>110</sup> – zakup i konsumpcja alkoholu podlega ścisłym regułom i nie jest dozwolona we wszystkich Emiratach (zakaz sprzedaży i konsumpcji obowiązuje w Emiracie Szardża). Te same zasady dotyczą produktów zawierających alkohol (np. słodczy). Stawka celna dla alkoholu wynosi 50%.
- **Certyfikat EQM dla wody butelkowanej, mleka i produktów mlecznych oraz napojów i soków**<sup>111112</sup> – woda butelkowana, mleko i produkty mleczne oraz napoje i soki sprzedawane na rynku ZEA posiadać muszą certyfikat EQM. Wymóg ten jest szczególnie problematyczny dla małych i średnich przedsiębiorstw ze względu na wysokie koszty i uciążliwą procedurę. Pozyskanie logo na trzy lata wynosi 16-26 tys. AED (podobna wartość w PLN) dla marki, fabryki i kategorii produktowej. Do bardzo wysokich kosztów certyfikacji należy doliczyć dodatkowo koszty wizyt audytorów u producenta oraz koszty proceduralne.

---

<sup>106</sup> Szczegóły nt. zakresu uprawnień znajdują się na stronie *Dubai Municipality* <http://www.dac.dm.ae/DAC/Major/DirectoriesAccreditedBodies/HalalBodies.htm>. Z uprawnień nadanych przez *Dubai Accreditation Center* DAC nr HBN-012 wynika, że certyfikat ten jest ważny do 8 września 2020 r.

<sup>107</sup> Jak wynika z informacji ze strony internetowej: <https://www.halalcorrect.com/en/about-us/locations/>, instytucja ta jest oddziałem jednostki Total Quality Halal Correct Certification, której główna siedziba zlokalizowana jest w Niderlandach.

Uprawnienia nadane zostały przez GCC Accreditation Centre GAC.

<sup>108</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 9 stycznia 2019 r.

<sup>109</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFFEA): <https://ec.europa.eu/chaffea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>110</sup> *Ibidem*

<sup>111</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 16 lipca 2018 r., 6 sierpnia 2018 r. i 23 września 2018 r.

<sup>112</sup> Materiały informacyjne spółki Raquam Consultancy z dn. 6 lutego 2020 r.

Konsekwencje naruszenia przepisów obejmują: anulowanie licencji handlowej, unieważnienie świadectw zgodności oraz obciążenie kosztami usunięcia produktów z rynku.

- **Podatek akcyzowy** – w 2017 r. w ZEA wprowadzony został podatek akcyzowy od tytoniu (100%), napojów energetycznych (100%), napojów gazowanych z wyłączeniem czystej wody gazowanej (50%).<sup>113</sup>
- **Ogromna konkurencja na rynku, konkurencja cenowa** – firmy wchodzące na rynek muszą liczyć się z ogromną konkurencją międzynarodową i lokalną. Zgodnie z informacjami podanymi przez dawne WPHI w Abu Zabi, marki polskie nie są na tyle znane, aby za produkty polskie oferowano ceny takie jak dla produktów z Europy Zachodniej. Dystrybutorzy proponują polskim producentom stawki zbliżone do hinduskich, które są zbyt niskie i są niższe niż koszty produkcji.
- **Brak ochrony unijnych oznaczeń geograficznych.**<sup>114</sup>

### **2.2.2 Utrudnienia ogólne**

- Najważniejszą barierą dostępu do rynku jest wymagane partnerstwo z obywatelem ZEA, tzw. Sponsorem. Firmy funkcjonujące w strefach ekonomicznych lub firmy zagraniczne muszą powołać oficjalnego dystrybutora lub agenta (obywatela ZEA lub firmę posiadaną przez Emiraty i zarejestrowaną w Ministerstwie Gospodarki) w celu wprowadzenia produktów na rynek. Często agenci wymagają nadania im wyłączności na import danego produktu/marki na terenie kraju.<sup>115</sup>
- Trudności w wypowiedzeniu umów pośrednictwa handlowego, nawet w przypadkach braku powodzenia lokalnego agenta.<sup>116</sup> Zagraniczne firmy ponoszą wysokie koszty takiego wypowiedzenia. Jeżeli warunki umowy nie są jednoznacznie określone, proces jej rozwiązania może być bardzo skomplikowany. Należy starannie sporządzić treść umowy podczas wyboru Agenta.<sup>117</sup>
- W przypadku większości sektorów zagraniczne firmy mogą posiadać maksymalnie 49% udziału w firmach lokalnych (wyjątkiem są strefy wolnego handlu).

**UWAGA:** W lipcu 2019 r. władze ZEA ogłosiły, że w przypadku wybranych sektorów zwiększają dopuszczalny udział kapitału zagranicznego w lokalnie zarejestrowanych firmach do 100%. Dotyczy to 13 sektorów, w tym sektora rolnego (m.in. w zakresie produkcji paneli słonecznych, transformatorów

---

<sup>113</sup> The National: <https://www.thenational.ae/business/economy/uae-records-high-compliance-with-tobacco-and-fizzy-drinks-tax-1.782405>

<sup>114</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>115</sup> Przewodnik po rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich, PAIH: [https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE\\_PL\\_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf](https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE_PL_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf)

<sup>116</sup> East Analytics: <http://eastanalytics.com/pl/doradztwo-zea/>

<sup>117</sup> Przewodnik po rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich, PAIH: [https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE\\_PL\\_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf](https://www.trade.gov.pl/pl/f/v/471203/PPE_PL_Przewodnik%20po%20rynku%20ZEA.pdf)

mocy, zielonej technologii czy elektrowni hybrydowych). Do decyzji lokalnych władz poszczególnych emiratów należeć będzie wysokość udziałów w poszczególnych inwestycjach.<sup>118119</sup>

- Brak bezpośredniej współpracy między bankami Polski ZEA skutkuje droższymi i dłuższymi przelewami. Zdarza się, że przelewy się „zawieruszają”.<sup>120</sup>
- Dużym problemem jest opóźnianie zapłat przez partnerów emirackich, często bez rekompensaty finansowej. Dotyczy to także zamówień publicznych.<sup>121</sup>
- ZEA posiada jedną z najwyższych opłat za rejestrację znaku handlowego.<sup>122</sup>
- Niesprzyjające warunki otrzymania kredytów, rozpoczęcia działalności i rozwiązania niewypłacalności.<sup>123</sup> Emiraccy niechętnie inwestują swój kapitał w biznesy obcokrajowców. Bardzo trudno jest uzyskać kredyt operacyjny nowej firmie na rynku.<sup>124</sup>
- Nagłe decyzje legislacyjne – prawo potrafi zmieniać się nieoczekiwanie i szybko.<sup>125</sup>
- Słaba rozpoznawalność Polski na rynku emirackim.<sup>126</sup>

## 2.4 Eksport produktów rolno-spożywczych przez emirat Dubaju<sup>127128</sup>

**UWAGA:** 75% towarów trafia do ZEA przez Dubaj.

- **Rola importera (agenta):**
  - rejestracja produktów i proces oceny etykiet przed wysyłką w systemach *Dubai Municipality*, wpłacenie depozytu 15 000 AED (refundowalne);
  - importer musi posiadać pozwolenie na handel żywnością, zarejestrować swoją działalność w systemie *Dubai Municipality*, posiadać wszystkie dokumenty wymagane w celu importu żywności.
- **Rola eksportera:**
  - spełnienie wymogów co do etykiety;
  - dostarczenie kompletu dokumentów;
  - przeprowadzenie testów laboratoryjnych przed wysyłką w celu określenia, czy produkt nadaje się do spożycia (niekonieczne, choć rekomendowane).
- **Wymagana zawartość etykiety:**<sup>129</sup>

---

<sup>118</sup> Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-07-02/u-a-e-eases-rules-on-100-foreign-ownership-to-lure-investment>

<sup>119</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 21 stycznia 2020 r.

<sup>120</sup> Materiały ZBH Dubaj z dn. 7 stycznia 2019 r.

<sup>121</sup> United Arab Emirates Trade Irritants, EU DEL Abu Dhabi

<sup>122</sup> *Ibidem*

<sup>123</sup> Doing Business, World Bank:

<http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/united-arab-emirates>

<sup>124</sup> Materiały ZBH Dubaj z dn. 7 stycznia 2019 r.

<sup>125</sup> *Ibidem*

<sup>126</sup> *Ibidem*

<sup>127</sup> The [Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates \(CHAFEA\)](https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information):  
<https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>128</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 26 listopada 2018 r.

<sup>129</sup> *Ibidem*

- numer kodu kreskowego;
- nazwa produktu;
- nazwa marki;
- masa/objętość netto;
- kraj pochodzenia;
- lista składników;
- data produkcji i ważności;
- instrukcja przechowywania;
- nazwa producenta;
- lista dodatków do żywności (jeżeli dotyczy);
- instrukcje użytkowania, ostrzeżenia (jeżeli dotyczy).

Etykieta powinna zostać sporządzona w języku arabskim (odpowiednie są też etykiety dwujęzyczne, np. w języku arabskim i angielskim). Naklejenie nalepki (tzw. *stickera*) z informacjami po arabsku na etykietę w innym języku nie spełnia powyższego wymogu.

- **Wymagane dokumenty:**

Towary powinny zostać dostarczone wraz z odpowiednimi dokumentami administracyjnymi, w tym z dokumentami przewozowymi (tzw. *packing list*), które są podstawą do przeprowadzenia kontroli. W zależności od produktu należy dołączyć do tego odpowiednie certyfikaty, m.in.:

- świadectwo zdrowia wystawione przez właściwy organ kraju eksportera;
- w przypadku mięsa i produktów mięsnych – certyfikat halal zawierający logo jednostki certyfikującej, wystawiony przez zatwierdzoną jednostkę certyfikującą;
- w przypadku produktów rybołówstwa – certyfikat informujący, że ryby/owoce morza nie były karmione białkiem wieprzowym lub jego produktami ubocznymi;
- certyfikat ekologiczny (w przypadku, gdy etykieta wskazuje na produkt ekologiczny);
- certyfikat „wolne od GMO” (w przypadku, gdy etykieta wskazuje na produkt wolny od GMO).

Materiały przekazane przez *Dubai Municipality* wskazują, że dostawy importowanych produktów spożywczych są najczęściej wstrzymywane z następujących powodów:<sup>130</sup>

- brak etykiety w języku arabskim;
- niezgodność certyfikatów (np. brak odpowiedniego certyfikatu, certyfikat wydany przez niezatwierdzoną jednostkę certyfikującą, dołączenie kopii zamiast oryginału itp.);
- brak podanego kraju pochodzenia lub kraj pochodzenia niepodany w języku arabskim.

### **Szczegółowe informacje:**

---

<sup>130</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 26 listopada 2018 r.

### 3. WYMIANA HANDLOWA Z POLSKĄ<sup>131</sup>

#### 3.1 Dane handlowe

Polski eksport nie natrafia na szczególne przeszkody administracyjne w dostępie do rynku emirackiego. Stawka w imporcie wynosi 5% ad walorem. Około 400 pozycji (w tym głównie artykuły żywnościowe i lekarstwa) jest wolnych od obciążeń. Towary importowane do specjalnych stref ekonomicznych są zwolnione z opłat celnych.<sup>132</sup>

<b>Eksport rolno-spożywczy</b>	
Wartość (I-XI 2019 r.)	64,8 mln EUR
Wartość w roku poprzedzającym (2018 r.)	57,5 mln EUR
Struktura towarowa (2018 r.)	Przetwory zbożowo-mączne 25% Wyroby cukiernicze 13% Produkty mleczne 13% Tytoń i wyroby tytoniowe 12% Wody 9% Owoce (w tym orzechy) i przetwory 5% Mięso podroby i przetwory (bez drobiu) 5% Warzywa (w tym grzyby) i przetwory 3% Cukier 3% Pozostałe produkty 12%
Tendencja	Wzrost
<b>Import rolno-spożywczy<sup>133</sup></b>	
Wartość (I-XI 2019 r.)	3,4 mln EUR
Wartość w roku poprzedzającym (2018 r.)	3,2 mln EUR
Struktura towarowa (2018 r.)	Herbata 93% Pozostałe produkty 7%
Tendencja	Wzrost
<b>Saldo</b>	
Wartość (I-XI 2019 r.)	61,4 mln EUR (dynamika +20% w stosunku do I-XI 2018 r.)

<sup>131</sup> Opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych MF, 2019 r. dane wstępne.

<sup>132</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 23 stycznia 2018 r.

<sup>133</sup> Import według kraju pochodzenia.

### 3.2 Obecność polskich produktów na rynku ZEA

Na rynku ZEA obecnych jest szereg polskich produktów, w tym: ciastka *Bergen*, soki i musy owocowe *Kubuś*, produkty *Bakalland*, produkty *Flis*, kurczaki mrożone *Cedrob*, budyń *Delecta*, granola i batony *Sante*, wafle ryżowe *Kupiec*, *Jeżyki*, śledzie *Lisner*, krówki *ZPC Milanówek* i *Mieszko*, mrożonki owocowo-warzywne *Hortex*, czekolada *Wawel*, a także inne polskie produkty pod marką własną (napoje gazowane i herbaty mrożone, napoje izotoniczne i energetyczne, lody, mleko UHT, kawa instant).<sup>134</sup>

Linie *Flydubai* rozpoczęły przewóz lotniczy towarów na trasie z Krakowa do Dubaju. Dotyczy to m.in. produktów spożywczych oraz owoców o krótkim terminie do spożycia.<sup>135</sup>

## 4. WSPÓŁPRACA HANDLOWO-INWESTYCYJNA – PERSPEKTYWY

### 4.1 Produkty o potencjale eksportowym

#### 4.1.1 Drób (certyfikowany halal)

Drób jest popularnym produktem w ZEA ze względu na tradycje kulinarne i religię państw arabskich. Konsumpcja per capita drobiu w ZEA nieustannie wzrasta (7% CAGR w latach 2012-2017, prognozy 8% CAGR na lata 2018-2021)<sup>136</sup>, jest to najczęściej konsumowane mięso w tym kraju. Drób importowany chętnie kupują m.in. lokalni rolnicy, których własne możliwości nie są adekwatne do możliwości zbytu. Drób z importu jest również kierowany do lokalnego przemysłu przetwórczego.

W ZEA rozwinięta jest lokalna produkcja drobiu, zaspokaja ona jednak jedynie ok. 10% zapotrzebowania na ten produkt.<sup>137</sup>

Produkt perspektywiczny również ze względu na wysoki poziom konsumpcji oraz możliwość re-eksportu do KAS, Iraku, Iranu, Omanu, Jemenu, Kataru, Bahrajnu.<sup>138</sup>

#### **Dystrybucja (2017):<sup>139</sup>**

- mięso świeże (nie tylko drobiowe): 46,6% przez kanał detaliczny, 43,6% przez gastronomię, 9,8% przez instytucje;
- przetwory mięsne (nie tylko drobiowe): w przeważającej większości kanał detaliczny (supermarkety, niezależne małe sklepy spożywcze, sklepy typu *convenience* i inne).

<sup>134</sup> Materiały ZBH Dubaj z dn. 7 stycznia 2019 r.

<sup>135</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 28 listopada 2018 r.

<sup>136</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>137</sup> *Ibidem*

<sup>138</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry: <http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>139</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

- rdzenni Emiraccy najchętniej kupują świeże mięso na targach, co w ich opinii jest gwarantem świeżości produktu. Obcokrajowcy mieszkający w ZEA kupują te produkty w nowoczesnych punktach detalicznych np. supermarketach.

#### **Profil konsumenta i trendy konsumenckie:<sup>140</sup>**

- konsumenci w ZEA zwracają uwagę na świeżość mięsa. Przejawia się to m.in. preferencją w kierunku mięsa o różowym kolorze, który utożsamia się z wysoką jakością;
- konsumenci najczęściej kupują całe kurczaki. Rośnie jednak sprzedaż mięsa bez kości;
- istotna jest oferowana masa drobiu. W przypadku kurczaków optymalna masa wynosi ok. 1 kg;
- 60% rynku mrożonych produktów mięsnych stanowi drób. Na popularności wzrastają zmrożone lub schłodzone stripsy, nuggetsy lub kotlety do burgerów z drobiu;
- produkty perspektywiczne dla polskiej branży drobiarskiej: mięso kalibrowane i przetworzone.<sup>141</sup>

#### **Zastrzeżenia:<sup>142</sup>**

- ceny drobiu oferowanego przez polskie zakłady są zdecydowanie wyższe niż oferuje konkurencja, co jest obecnie największą barierą handlową;<sup>143</sup>
- ogromna konkurencja, najwięksi gracze na rynku to: *Cascade Marine LLC* (najstarszy gracz posiadający rzeszę lojalnych klientów, 1/5 wartości rynku), *Al Islami*, *Americana Group*, *Brf Brasil Foods SA* i inne;
- Główni eksporterzy (2017): Brazylia, USA, Indie, Australia.

#### **4.1.2 Zboża i produkty zbożowe<sup>144145</sup>**

Produkty zbożowe zajmują jedną z najważniejszych pozycji w rankingu sprzedaży w ZEA. Najwyższy wzrost sprzedaży w tej kategorii w ostatnich latach odnotowały produkty pakowane. Wzrasta m.in. sprzedaż płatków śniadaniowych.

Analicyści przewidują, że obecność dużej liczby konsumentów pochodzących z Azji dodatkowo zwiększy popyt na produkty zbożowe. W latach 2016-2021 przewiduje się wzrost konsumpcji tych produktów o 5%.

---

<sup>140</sup> *Ibidem*

<sup>141</sup> Materiały ZBH Dubaj z dn. 13.03.2018 r.

<sup>142</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>143</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 18 grudnia 2018 r.

<sup>144</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry: <http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

<sup>145</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFFEA): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

**Profil konsumenta i trendy konsumenckie:**

- zainteresowanie produktami prozdrowotnymi typu pieczywo z mąki owsianej, pieczywo wieloziarniste i bezglutenowe, płatki owsiane, „zdrowe” mieszanki zbożowe itp.;
- zainteresowanie produktami pakowanymi;
- dobra opinia produktów piekarniczych z UE.

**Zastrzeżenia:**

- wyroby piekarnicze – silna konkurencja ze strony małych piekarni (połowa rynku piekarniczego w ZEA) i lokalnych firm (*Modern Bakery LLC, Almarai Co Ltd, Americana Group, IFFCO Group*);
- płatki śniadaniowe – silna konkurencja ze strony marek międzynarodowych (głównie *Kellogg* i *Nestle*) oraz negatywna opinia *Dubai Municipality* na temat tego produktu (instytucja przeprowadziła szereg kampanii przeciwko podawaniu płatków śniadaniowych dzieciom);
- główni eksporterzy (2017): KAS, Oman, Indie, USA, niektóre kraje UE (UK, Belgia, Niemcy) dla wyrobów piekarniczych; Indie, Turcja, UK, Hiszpania, Niemcy, Francja dla produktów przemiału zbóż.

**4.1.3 Wyroby czekoladowe i cukiernicze<sup>146</sup>**

Konsumpcja czekolady i wyrobów cukierniczych w ZEA odnotowała dynamiczny wzrost w latach 2012-2017. ZEA znajdują się na siódmym miejscu na świecie pod względem wydatków per capita na słodycze. Czekolady i batony czekoladowe odpowiadają za 76% konsumpcji w kategorii wyrobów czekoladowych. W przypadku wyrobów cukierniczych dominują landrynki, gumy, żelki i ciągliwe cukierki.

**Dystrybucja:**

Kanał detaliczny. Ze względu na temperaturę głównymi punktami dystrybucyjnymi są hipermarkety i supermarkety.

**Profil konsumenta i trendy konsumenckie:**

- batony czekoladowe kupują głównie osoby poniżej 25. roku życia;
- ze względu na silne trendy prozdrowotne rośnie popularność ciemnych czekolad (bogatych w antyoksydanty), czekolad bez cukru, bez glutenu, ze zmniejszoną ilością tłuszczu, ekologicznych itp.;
- słodycze premium znajdują szeroką klientelę wśród najzamożniejszych mieszkańców ZEA;
- wyroby cukiernicze są najczęściej wybierane przez ludzi poniżej 25. roku życia, którzy stanowią połowę populacji ZEA;
- konsumenci w ZEA są otwarci na nowości takie jak niestandardowe smaki i rodzaje produktów (np. czekolada z mleka wielbłądziego). Coraz więcej osób poszukuje niszowych i ekskluzywnych produktów. Słodycze premium są częstym wyborem na prezenty świąteczne (z okazji Eid, Bożego Narodzenia itp.).

---

<sup>146</sup> *Ibidem*



### **Zastrzeżenia:**

- trendy prozdrowotne i 5% podatek VAT nałożony m.in. na słodycze w styczniu 2018 r. mogą spowolnić wzrost konsumpcji czekolady w ZEA;
- sprzedaż słodyczy i konsumpcja zawierających alkohol lub żelatynę (produkty 'haram' zakazane przez islam) podlegają ograniczeniom;
- rynek zdominowany przez ogromne międzynarodowe koncerny, z czego niektóre posiadają zakłady produkcyjne na miejscu (np. *Mars Inc*, *Nestle*). Głównym graczem na rynku wyrobów czekoladowych jest *Mars Inc* (40% wartości sprzedaży detalicznej). Liderem na rynku wyrobów cukierniczych jest *Perfetti Van Melle* (18% wartości sprzedaży detalicznej);
- duża konkurencja i popularność słodyczy z krajów które wyrobiły sobie dobrą markę wśród konsumentów (np. czekolada z Belgii);
- główni eksporterzy (2017): Holandia, Turcja, Rosja, Polska, Włochy, UK, Niemcy dla wyrobów czekoladowych; Chiny, Rosja, Turcja, Indie, Wietnam, Czechy i Polska dla wyrobów cukierniczych.

#### **4.1.4 Owoce i warzywa**<sup>147</sup>

Analitycy przewidują, że wysoki indeks siły nabywczej oraz rosnący trend prozdrowotny w ZEA wpłyną na dynamikę wzrostu popytu na świeże warzywa i owoce, jak również przetwory owocowe i warzywne.

Prognozuje się wzrost sprzedaży świeżych owoców i warzyw w latach 2018-2021 – o 20% (CAGR) w przypadku warzyw i 15% (CAGR) w przypadku owoców. W 2017 r. wartość sprzedaży tych produktów wyniosła 1,4 mld EUR w przypadku warzyw i 1,3 mld EUR w przypadku owoców.<sup>148</sup> ZEA są głównym importerem owoców i warzyw na Bliskim Wschodzie oraz 16. importerem tych produktów na świecie.<sup>149</sup> Niektóre kraje Bliskiego Wschodu, np. Egipt, Oman, Jordania, Liban i Jemen, nie mogą eksportować świeżych owoców i warzyw do ZEA z powodu nadmiernego użycia pestycydów.

Emiracki rynek przetworów oferuje szeroką gamę produktów dla różnych grup odbiorców. W 70% składa się on z produktów mrożonych. Konsumpcja zarówno mrożonek, jak i innych przetworów owocowych i warzywnych, systematycznie rośnie. Najwyraźniejszy trend zaobserwować można w przypadku mrożonych owoców – przede wszystkim owoców miękkich.

W przypadku polskich jabłek największy potencjał eksportu ma odmiana *Royal Gala*.

---

<sup>147</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

<sup>148</sup> Materiały ZBH Dubaj z dn. 13.03.2018 r.

<sup>149</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry: <http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

### **Dystrybucja (2017):**

- świeże owoce: 50,4% przez kanał detaliczny (głównie supermarkety, lecz również targi rolne, targi owocowo-warzywne), 39,5% przez gastronomię, 10,1% przez instytucje;
- świeże warzywa: 77,5% przez kanał detaliczny (jw.), 17,9% przez gastronomię, 4,6% przez instytucje;
- przetwory owocowe i warzywne: sprzedawane głównie w hipermarketach, supermarketach, niezależnych małych sklepach spożywczych.

Najwięksi gracze na rynku detalicznym importują produkty bezpośrednio, głównie z Indii i Sri Lanki.

### **Profil konsumenta i trendy konsumenckie:**

- wzrasta zapotrzebowanie na owoce „egzotyczne” dla mieszkańców ZEA (np. borówki, czereśnie, truskawki);
- konsumenci w ZEA preferują słodkie smaki, zwłaszcza w przypadku owoców;
- część konsumentów kieruje się ceną podczas zakupu codziennie stosowanych produktów (np. pomidory, cebule). Cena ma dużo mniejsze znaczenie w przypadku „egzotycznych” owoców;
- rośnie popularność produktów ekologicznych;
- przetwory owocowe i warzywne zazwyczaj produkowane są pod konkretne grupy konsumentów, którzy są tradycyjnymi odbiorcami danego produktu. Mrożonki owocowe i warzywne są popularne wśród wszystkich grup konsumentów.

### **Zastrzeżenia:**

- rosnąca produkcja krajowa po konkurencyjnych cenach wspierana przez rząd ZEA;<sup>150</sup>
- w przypadku przetworów owocowych i warzywnych – konkurencja w postaci firm zlokalizowanych na miejscu (*Gulf Food Industries, General Mills Inc, Del Monte Foods*) i międzynarodowych dostawców;
- w przypadku świeżych owoców i warzy – ugruntowane i trwałe relacje handlowe z niektórymi krajami;
- główni eksporterzy (2017): Indie, USA, RPA dla owoców (włączając przetwory); Indie, Australia, Kanada, Chiny dla warzyw (włączając przetwory).

#### **4.1.5 Mleko i produkty mleczne<sup>151</sup>**

Emiracki rynek mleka i jego produktów znacznie zwiększył się w ostatnich latach. Prognozy przewidują kontynuację tego trendu w spowolnionym tempie.

---

<sup>150</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 6.02.2019 r.

<sup>151</sup> The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates (CHAFAE): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets/market-information>

Największy udział w emirackim rynku mleka i jego produktów mają napoje mleczne. Kolejne miejsca zajmują jogurty i mleczne produkty fermentowane oraz sery.

Rynek oferuje szeroką gamę produktów tradycyjnych dla regionu i „zachodnich”, zarówno z mleka krowiego jak i owczego, koziego, wielbłądziego.

Produkcja lokalna skupiona jest wokół mleka, jogurtu i labanu. W przypadku tych produktów, produkty importowane stanowią jedynie 24%, 13% i 11% rynku (odpowiednio). Import odgrywa ważną rolę w przypadku pozostałych produktów mleczarskich. Największy udział w imporcie produktów mlecznych do ZEA mają mleko słodzone i śmietanka słodzona, mleko niesłodzone i sery.

### **Dystrybucja:**

Produkty mleczne dystrybuowane są przez kanał detaliczny, przede wszystkim przez hipermarkety, supermarkety i niezależne małe sklepy spożywcze.

### **Profil konsumenta i trendy konsumenckie:**

- napoje mleczne to ważny element diety Emiratczyków. Większość konsumentów wybiera tradycyjne produkty, przede wszystkim świeże mleko o pełnej zawartości tłuszczu. Emiratczycy bardziej skłaniają się ku świeżym niż przetworzonym produktom mlecznym;
- jogurty naturalne to tradycyjny składnik kuchni Emiratczyków, jak i obcokrajowców zamieszkujących ZEA. Jogurty naturalne są konsumowane w tych samych ilościach co smakowe (najpopularniejszym smakiem jest truskawkowy). Emiratczycy wykazują preferencję w kierunku produktów fermentowanych takich jak laban;
- w przypadku mleka i jogurtów pierwszym wyborem konsumentów są produkty pochodzenia lokalnego. Zwłaszcza Emiratczycy wykazują dużą lojalność wobec lokalnych marek;
- rośnie konsumpcja serów miękkich i twardych, z czego popularniejsze są sery twarde. Rynek nieprzetworzonych serów jest obecnie największy. Rośnie także rynek serów przetworzonych (przede wszystkim serków kanapkowych). Materiały unijne dostrzegają szczególny potencjał eksportowy serów, zwłaszcza serów twardych;
- wybór rodzaju sera zależy od przyzwyczajeń kulinarnych. Przykładowo sery typu feta lub brie są najczęściej konsumowane przez „zachodnich” obcokrajowców;
- obcokrajowcy o mniejszych dochodach skłaniają się ku tańszym serom paczkowanym. Supermarkety oferują sery pod markami własnymi w tańszych cenach;
- ze względu na dużą liczbę Azjatów mieszkających w ZEA, najpopularniejszym tłuszczem do gotowania jest masło ghee. Obserwuje się coraz większe zainteresowanie margarynami i innymi smarowidłami;
- rośnie konsumpcja śmietany w różnej postaci i w różnych smakach;

- cena produktów mleczarskich ma znaczenie, szczególnie w przypadku obcokrajowców z Azji. Zamożniejsi obcokrajowcy kierują się jakością i poszukują nowości.

**Zastrzeżenia:**

- duża konkurencja, najważniejszym czynnikiem konkurencyjnym jest cena;
- lojalność wobec lokalnych marek i producentów. Do najważniejszych przedsiębiorców lokalnych zaliczyć można: *Al Rwabi Dairy Company, Almari Co, Al Ain Dairy Co, Friesland Arabia*;
- rynek sera niemal całkowicie nasycony;
- rośnie liczba osób uczulonych na mleko i z nietolerancją laktozy. Dodatkowo trend prozdrowotny skłania niektórych konsumentów do rezygnacji z mleka i produktów mleczarskich;
- MOCCAIE intensywnie wspiera karmienie piersią, w związku z czym kilka preparatów mlecznych dla niemowląt zostało wycofanych z obrotu;
- główni eksporterzy (2017): KAS, Nowa Zelandia, Dania, Holandia.

#### **4.1.6 Kategorie ogólne**

- **Dania gotowe do spożycia oraz żywność przetworzona i pakowana:**

Wysoki poziom dochodów per capita oraz napływ turystów z całego świata wpłyną na wzrost zapotrzebowania na żywność pakowaną, jak również na żywność z tzw. wysokiej półki cenowej oraz gotowe posiłki w gastronomii. Sprzedaż produktów pakowanych w okresie 2010-2015 wzrosła o 8% (CAGR). Najczęściej kupowanymi kategoriami produktowymi były: nabiał, wypieki, ryż i makaron. Najwyższy wzrost sprzedaży zanotowano w przypadku słodkich i słonych przekąsek, słodczy i smarowideł do kanapek.<sup>152</sup>

W 2017 r. sprzedaż produktów przetworzonych osiągnęła wartość 4,3 mld EUR. W latach 2018-2021 przewiduje się wzrost sprzedaży m.in. słonych przekąsek (11% CAGR), sosów, dresingów i przypraw (6%), słodkich ciast, przekąsek, batonów, przekąsek owocowych (6%), przetworzonego mięsa (6%), produktów dla dzieci (6%).

CAGR dla napojów w latach 2018-2021 ma wynieść 6%, przy czym poziom CAGR dla wód mineralnych osiągnie 16%, a dla napojów owocowych i warzywnych – 7%.<sup>153</sup>

- **Produkty ekologiczne, tzw. zdrowa żywność, artykuły o niskiej zawartości tłuszczu, bezglutenowe itp.:**

Świadomość społeczeństwa na temat korzyści zdrowego stylu życia wzrasta, potęgowana przez działania rządowe. Przyczynia się to do zwiększania popytu na szeroko rozumiane produkty o działaniu

---

<sup>152</sup> *Ibidem*

<sup>153</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 28 marca 2018 r. i 28 listopada 2018 r.

prozdrowotnym. Zaobserwowano 60% wzrost przestrzeni półkowej przeznaczonej na produkty ekologiczne.

Wzrost sprzedaży naturalnej i zdrowej żywności w latach 2010-2015 wyniósł 55%, a żywności ekologicznej – 90%. Przewiduje się, że sprzedaż zdrowej żywności pakowanej w ZEA będzie rosła w tempie 9% rocznie do 2020 r. Przewiduje się także, że sprzedaż produktów ekologicznych na Bliskim Wschodzie w latach 2015-2022 będzie wzrastać w tempie 14% (CAGR).<sup>154</sup>

Niezależnie od działań promocyjnych ZEA nie są w stanie zaspokoić całego popytu na produkty ekologiczne lokalną produkcją. Stwarza to możliwości dla zagranicznych eksporterów. Wielu największych graczy działających na rynku detalicznym ZEA w ciągu dwóch ostatnich lat zdecydowało się na wprowadzenie na półki ekologicznych marek własnych. Daje to nowe możliwości współpracy polskim eksporterom.<sup>155</sup>

- **Szeroko rozumiane produkty halal**

Kategoria „halal” tradycyjnie odnosi się do mięsa. Obecnie obejmuje jednak szeroki wachlarz produktów np. nabiał, wypieki, przekąski, słodczyce, dania gotowe do spożycia. ZEA są postrzegane jako hub handlowy dla produktów halal.

Ze względu na wysoki odsetek muzułmanów mieszkających w ZEA prognozy wskazują na wysoki potencjał rozwoju sprzedaży produktów halal w tym kraju. Przewiduje się stały wzrost sprzedaży tych produktów o 25% (CAGR) w latach 2018-2021. W 2017 r. sprzedaż wyrobów halal w ZEA osiągnęła wartość 1,9 mld EUR, z czego 50% stanowiło mięso drobiowe, 33% – jagnięcina i baranina, 17% – mięso wołowe i cielęce.<sup>156</sup>

## 4.2 Potencjał inwestycyjny kraju<sup>157</sup>

Korzystne warunki inwestycyjne, strategiczna lokalizacja oraz rozbudowana baza logistyczna skłaniają do inwestycji w sektor przetwórstwa rolno-spożywczego, przede wszystkim w *Dubai Industrial City* i *Jebel Ali Free Zone* (Dubaj).

Główne fuzje i przejęcia firm sektora rolno-spożywczego ZEA przez firmy zagraniczne:

Branża	Firma przejmująca	Kraj	Firma przejmowana	Kraj	Rok	Wartość transakcji	Procent
M.in. Orzechy jadalne, kakao, przyprawy, kawa, bawełna	Olam International Ltd.	Singapur	Acacia Investments LLS	ZEA	2016	24	50%

<sup>154</sup> *Ibidem*

<sup>155</sup> *Ibidem*

<sup>156</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 28 marca 2018 r.

<sup>157</sup> Alpen Capital, GCC Food Industry:

<http://www.alpencapital.com/downloads/reports/2017/GCC-Food-Industry-Report-February-2017.pdf>

Adeptio to operator sieci KFC i Pizza Hut na Bliskim Wschodzie i Północnej Afryce	Public Investment Fund	KAS	Adeptio AD Investments SPC Ltd.	ZEA	2016	bd	50%
Mrożone i schłodzone produkty mięsne, owoce morza, nabiał, produkty piekarnicze, potrawy narodowe	Siam Food Services Ltd.	Tajlandia	Ingoduna Dubai LLC	ZEA	2016	bd	80%
Produkty mleczarskie, jogurty, sery, desery, soki	Almarai Co. SJSC	KAS	National Food Products Co. LLC	ZEA	2016	bd	bd

Dla porównania firmy w latach 2015-2016 sektora rolno-spożywczego ZEA dokonały 15 znaczących fuzji i przejęć na Bliskim Wschodzie, Litwie, w Bośni i Hercegowinie, Maroku i Tunezji.

## 5. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE KOWR

### 5.1 Wydarzenia targowo-wystawiennicze z udziałem ARR/KOWR

- 2016-2019 – organizacja trzech misji gospodarczych polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego i stoisk narodowych przy okazji targów *Food Speciality Festival* i *Gulfood*. Łącznie udział wzięło 46 przedsiębiorców.
- 15-21 lutego 2019 r. – misja gospodarcza polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego i stoisko narodowe o powierzchni 250 m<sup>2</sup> przy okazji targów *Gulfood* w Dubaju. Stoisko podzielone będzie na trzy hale: Power Brands Sector (176 m<sup>2</sup>), Beverages Sector (50 m<sup>2</sup>) i Dairy Sector (24 m<sup>2</sup>). Udział weźmie 34 przedsiębiorców.

### 5.2 Inne działania informacyjno-promocyjne realizowane przez KOWR w ostatnich latach

- W lutym 2020 r. KOWR zorganizował spotkanie dedykowane regulacjom w zakresie importu żywności na rynek ZEA, w którym udział wzięli przedstawiciele agencji doradczej z Dubaju RAQAM Consultancy oraz przedstawiciele organizacji i instytucji polskiego sektora rolno-spożywczego. KOWR zorganizował także szkolenie dla przedsiębiorców „Możliwości współpracy handlowej i inwestycyjnej na rynku rolno-spożywczym ZEA”.
- KOWR od lat realizuje działania informacyjno-promocyjne związane z rynkiem ZEA. Obejmują one, między innymi, organizację misji przyjazdowych do Polski dla przedsiębiorców branży rolno-spożywczej, dziennikarzy i blogerów kulinarnych, a także organizację spotkania polskich przedsiębiorców z ekspertami *Dubai Municipality* w zakresie procedury importu żywności do Dubaju.

### 5.3 Kampanie informacyjno-promocyjne

- Obecnie na rynku Emiratów prowadzona jest kampania promocyjno-informacyjna „Siła smaków, witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy” dotycząca jabłek.
- Na rynku Emiratów zakończone zostały następujące kampanie promocyjno-informacyjne: „Europejski drób – w jakości siła”, „Europejskie jabłka dwukolorowe”, „Europejskie Mięso – tradycja, jakość i smak”.

## 6. WYBRANE KWESTIE KULTURY BIZNESOWEJ<sup>158</sup>

### Zachowanie na targach oraz podczas spotkań biznesowych:

- **Dress code** – zasady ubioru nie są tak surowe jak w przypadku innych państw arabskich. Oczekuje się jednak, by kobiety zakryły kolana i ramiona (w przypadku bardziej konserwatywnych emiratów niż Dubaj – przedramiona i kostki), nie miały głębokich dekoltów ani ekstrawaganckiej biżuterii. Szorty u mężczyzn również sprawiają złe wrażenie.  
**Na spotkaniach, ale także na targach i na stoiskach obowiązuje oficjalny strój – mężczyzna w garniturze i krawacie, a kobieta w sukience zakrywającej kolana lub w spodniach, na wysokich obcasach, w niewyzywającej biżuterii i bez dekoltów.** Absolutnie niewskazane jest zatrudnianie przez wystawców skąpo ubranych hostess. Generalnie strój kobiet w kontaktach biznesowych to zakryte ramiona, długie spódnice lub spodnie, brak dekoltów, niestosowanie strojów z koronek, umiar w biżuterii. U mężczyzn ceni się jakość i czystość stroju biznesowego i butów.
- **Odpowiednia prezentacja** – przy prezentacji firmy ważne są referencje (najlepiej międzynarodowe), zdjęcia, filmy itp. Warto mieć możliwość „zilustrowania” sukcesu danej marki lub produktu, z którymi chcemy wejść na emiracki rynek.
- **Konieczne wizytówki** – najlepiej, aby wizytówki były dwustronne, a jedna ze stron została sporządzona w języku arabskim. Tekst arabski ma kierunek od prawej do lewej strony, należy więc pamiętać o odpowiednim (lustrzanym) skomponowaniu wszystkich elementów. Wymiana wizytówek zwyczajowo następuje na początku spotkania. Należy spojrzeć na otrzymaną wizytówkę i okazać jej należyłą uwagę. Można zapytać o to, jak należy zwracać się do drugiej osoby (z reguły lista imion, dodatków, nazwisk wskazana na wizytówce jest długa). Wizytówki powinny leżeć na stole podczas spotkania.
- **Niekontrowersyjne reklamy produktów** – reklamy powinny promować rodzinę, zdrowe odżywianie itp., a także być neutralne religijne i politycznie. Niedopuszczalne jest pokazywanie nagości lub innych podtekstów.

---

<sup>158</sup> Materiały Ambasady RP w Abu Zabi z dn. 5 lutego 2019 r. oraz materiały ZBH Dubaj, uzupełnione o opracowania rynkowe

- **Szacunek wobec potencjalnego klienta** – ubiór niekoniecznie świadczy o pozycji. Każdego odwiedzającego targi należy traktować jak potencjalnego klienta: z uwagą i szacunkiem.
- **Zakaz fotografowania ludzi** – zakaz ten w szczególności dotyczy fotografowania kobiet.
- **Absolutny zakaz alkoholu na stoisku, w tym na zapleczu** – warto pamiętać, że teren targów jest monitorowany przez kamery i nieoznakowanych policjantów. Przedstawiciele na targach nie powinni być w stanie wskazującym na spożycie alkoholu, ponieważ może to mieć krytyczny wpływ na współpracę z potencjalnymi partnerami.
- **Zasada podawania rąk** – niepodanie ręki na przywitanie lub pożegnanie uważane jest za nietakt. Należy pamiętać, że kobiety nie podają rąk mężczyznom, a mężczyźni kobietom, chyba że druga strona wyjdzie z taką inicjatywą. Uścisk dłoni nie powinien być mocny ani dominujący, ponieważ jest to postrzegane jako brak szacunku.
- **Odpowiednia postawa ciała** – podczas rozmowy na stojąco nie należy opierać się o ścianę czy trzymać rąk w kieszeniach.
- **Szacunek wobec zasad islamu:**
  - alkohol, wieprzowina oraz ich produkty uboczne są zakazane przez islam, należy wziąć to pod uwagę podczas poczęstunku;
  - niedopuszczalne są komentarze na temat religii, zwyczajów religijnych i kulturowych itp. Należy zachować powściągliwość i szacunek;
  - religijni muzułmanie modlą się 5 razy dziennie. Należy uwzględnić pory modlitwy przy planowaniu spotkań. Piątek i sobota to dni wolne od pracy, a piątek jest dniem świętym dla wyznawców islamu;
  - współpracując z partnerami emirackimi, warto mieć na uwadze kalendarz świąt muzułmańskich. Muzułmanie w Emiratach każdego roku przestrzegają ostrych reguł postu podczas świętego miesiąca Ramadan. Aktywność biznesu w tym okresie wyraźnie spada. Odwiedzając ZEA w tym czasie, należy powstrzymać się od jedzenia i picia w miejscach publicznych.
- **Zakaz używania lewej ręki, stopy na ziemi** – serwując posiłek lub podając coś naszym arabskim partnerom, należy użyć prawej ręki (lewa jest uznawana za nieczystą). Nie należy też pokazywać podeszwy obuwia.
- **Punktualność** – od obcokrajowców oczekuje się punktualności, która jest postrzegana jako wyraz szacunku.
- **Spotkania twarzą w twarz** – preferowaną formą kontaktów z partnerami biznesowymi są spotkania twarzą w twarz. Gdy nie mamy takiej możliwości, należy wykonać telefon. Poczta elektroniczna świetnie sprawdzi się jako *follow-up*. Emiratczycy chętnie komunikują się również za pomocą aplikacji *WhatsApp*. Na spotkanie należy umówić się z kilkutygodniowym wyprzedzeniem.
- **Nieformalny charakter spotkań** – spotkania biznesowe często mają charakter nieformalny. Zazwyczaj rozpoczynają się rozmowami o pogodzie lub rodzinie (bez wchodzenia w szczegóły; nie wolno wypytywać o kobiety w rodzinie!). Następnie gospodarz spotkania przejmuje inicjatywę i kieruje



rozmowę na tematy biznesowe. Należy przyjąć oferowany poczęstunek, pamiętając, że zjedzenie/wypicie wszystkiego prowokuje do dokładki. W szczególności nie należy odmawiać kawy/herbaty (zazwyczaj podaje się herbatę miętową lub mocno słodzoną kawę z kardamonem). To normalne, że spotkanie może być wielokrotnie przerywane (np. do pokoju wchodzi osoby pozornie niezwiązane ze sprawą).

- **Prezenty mile widziane** – Arabowie akceptują drobne symboliczne prezenty. Najlepiej, aby związane były z hobby (album, plakietka, wyrób z bursztynu, szkła itp.). Nie należy wręczać prezentów w postaci pióra, długopisu, alkoholu, zegarka.
- **Wyłączenie telefonu** – podczas rozmów i uroczystych przyjęć na siedząco telefony komórkowe powinny być wyłączone. Nie dotyczy to głównego gospodarza, szczególnie jeśli jest to szejk.
- **Powściągliwość w spojrzeniu** – przyglądanie się drugiej osobie uważane jest przez Arabów za niegrzeczne lub naruszające cudzą prywatność.
- **Emocjonalność** – w rozmowach ważną rolę odgrywają emocje. Arabowie uważają, że wyraźne okazywanie uczuć np. mówienie podniesionym głosem czy żywa gestykulacja jest oznaką szczerości i zaangażowania.
- **Pozytywne podejście** – należy unikać konfliktów, negatywnych wypowiedzi, odmawiania wprost. Publiczne okazywanie gniewu uważane jest za ogromny nietakt.
- **Osobista relacja** – otwartość w nawiązywaniu kontaktów i stworzenie osobistej relacji z partnerami biznesowymi to klucz do prowadzenia działalności gospodarczej w ZEA. Warto postarać się o stworzenie klimatu życzliwości i zaufania, dać sobie czas na zbudowanie więzi. Bardzo pomocny jest w tym szczerzy uśmiech. Generalnie mieszkańcy ZEA są przyzwyczajeni do kontaktów z obcokrajowcami i nie mają nic przeciw odmiennym zachowaniom, strojom, sposobie myślenia, jeśli widzą staranie, szczerość i dobrą wolę. Można tym otworzyć sobie drogę do dobrych stosunków przyjacielskich i zawodowych.

### **Zasady ogólne:**

- **Przestrzeganie ograniczenia prędkości** – w ZEA jest bardzo dużo radarów, a mandaty za przekroczenie prędkości są wysokie.
- **Rezerwa w kontaktach damsko-męskich** – w tradycji muzułmańskiej kontakty z kobietami spoza swojej rodziny są niewskazane. Dotyczy to przede wszystkim rozmów sam na sam. Nie wszyscy przestrzegają jednak tych zasad, a część kobiet w większych miastach dość swobodnie kontaktuje się z obcokrajowcami.
- **Osobne przedziały dla kobiet i dzieci w metrze** (oraz osobne miejsca dla kobiet w niektórych bankach, instytucjach itp.) – nierespektowanie tego podziału grozi surowymi karami dla mężczyzn.
- **Umiarkowanie w rozrywkach** – głośne zachowanie w hotelu może skutkować nieprzyjemnościami. W pubach lepiej unikać towarzystwa będącego pod wyraźnym wpływem alkoholu – w przypadku problemów policja może podłączyć niewinnych do problematycznej grupy. Również podczas lotów należy

unikając spożywania większych ilości alkoholu, ponieważ zwraca na to uwagę kontrola graniczna.

- **Zakaz fotografowania lotnisk** – nie należy fotografować lotnisk ani ich okolic.

### **Użyteczne zwroty:**

Arabowie są bardzo dumni ze swojego języka. Zastosowanie kilku prostych zwrotów może pomóc zaskarbić sobie ich sympatię.

- Zwyczajowe powitania: „As-salam alaikum” („pokój Tobie”), odpowiedź: „Wa alaikum assalam” („Tobie również życzę pokoju”).
- „Do widzenia”: „Ma salamaa”.
- „Proszę”: „Min fadlak”.
- „Dziękuję”: „Shukran”.
- Finalizując kontrakt lub jego część, mówimy „Inshallah”, co oznacza „z pomocą Bożą” lub „jeśli Bóg pozwoli”.
- Dość często słyszy się słowo „Jaanii”, to swego rodzaju nic nie znaczący przerywnik, jak „you know”, warto czasami również wtrącić;
- Aftan – „nie ma sprawy”;
- Illa lika – swobodne „do zobaczenia”;
- Hallas – coś w rodzaju „i koniec”.

## **7. PRZYDATNE KONTAKTY**

### **Polskie placówki w ZEA**

- Ambasada RP w Abu Zabi  
<http://abuzabi.msz.gov.pl/>
- Zagraniczne Biuro Handlowe w ZEA-Dubaj  
<https://uae.trade.gov.pl/pl/>

### **Strony instytucji rządowych ZEA**

- Informacje ogólne [www.government.ae](http://www.government.ae)  
<https://government.ae/en/information-and-services/health-and-fitness/food-safety-and-health-tips>
- Ministerstwo Zmian Klimatu i Środowiska ZEA  
[www.moccae.gov.ae](http://www.moccae.gov.ae)
- Biuro Ministra Stanu ds. Bezpieczeństwa Żywnościowego ZEA  
[www.foodsecurity.gov.ae](http://www.foodsecurity.gov.ae)
- Ministerstwo Gospodarki ZEA  
[www.economy.gov.ae](http://www.economy.gov.ae)
- Ministerstwo Finansów ZEA  
[www.mof.gov.ae](http://www.mof.gov.ae)
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych ZEA  
[www.mofa.gov.ae](http://www.mofa.gov.ae)

- Bank Centralny ZEA  
[www.centralbank.ae](http://www.centralbank.ae)
- Dubai Municipality  
[www.dm.gov.ae](http://www.dm.gov.ae)
- Abu Dhabi Food Agriculture and Food Safety Authority  
[www.adafsa.gov.ae](http://www.adafsa.gov.ae)
- Emirates Authority for Standardization & Metrology ESMA  
[www.esma.gov.ae](http://www.esma.gov.ae)  
<http://halal.ae/OpenData/HalalCertificationBodieswithESMA>  
[www.halal.ae](http://www.halal.ae)

### **Strony rządowe dwóch największych Emiratów**

- Abu Dhabi  
[www.abudhabi.ae](http://www.abudhabi.ae)
- Dubai  
<http://dubai.ae/en/pages/default.aspx>

### **Izby handlu i przemysłu**

- Abu Dhabi Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.abudhabichamber.ae>
- Dubai Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.dubaichamber.ae/>
- Sharjah Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.sharjah.gov.ae/>
- Ras al Khaimah Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.rakchamber.ae/>
- Fujairah Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.fujcci.ae/>
- Ajman Chamber of Commerce and Industry  
<http://www.ajmanchamber.ae>

W każdym emiracie funkcjonuje jedna izba handlu i przemysłu. Poza tym nie istnieją żadne izby regionalne czy branżowe. Izby handlu i przemysłu stanowią zarówno zrzeszenia przedsiębiorców, jak i pełnią funkcje administracyjno-urzędowe. Dla większości rodzajów działalności gospodarczej przynależność do izby jest obowiązkowa.

- Baza KOMPASS – informacje o rynku i przedsiębiorcach  
<https://ae.kompass.com/>

**Podczas targów *Gulfood*, corocznie organizowane są dwa istotne wydarzenia:**

- ***Gulfood Breakfast Briefing*** – spotkanie poświęcone tematyce Dubaju i jego gospodarki, ze szczególnym uwzględnieniem sektora rolno-spożywczego, organizowane przez *Dubai Chamber of Commerce*. Tegoroczna edycja spotkania odbędzie się w *Dubai Chamber* (13. piętro), 17 lutego w godz. 9:00-11:00.  
Link do rejestracji: <http://www.dubaichamber.com/en/gulfood-breakfast-briefing-2020>;
- ***Global Halal Industry Platform*** – spotkanie poświęcone tematyce handlu produktami halal. Tegoroczna edycja odbędzie się 17-18 lutego w godz. 8:30-14:00 w hotelu *Conrad Dubai*.  
Link do rejestracji: [https://www.esma.gov.ae/en-us/events-system/Pages/Event-Details.aspx?EventTitle=Food\\_labeling\\_policy\\_and\\_updating\\_on\\_the\\_new\\_standards&Location=Grand Hayat Hotel Dubai](https://www.esma.gov.ae/en-us/events-system/Pages/Event-Details.aspx?EventTitle=Food_labeling_policy_and_updating_on_the_new_standards&Location=Grand_Hayat_Hotel_Dubai)

*Opracowanie: Anna Artemiuk-Błaszkiwicz, Wydział Współpracy Międzynarodowej Departamentu Wsparcia Eksportu KOWR*

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny. Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.