

# ZMIANY PREFERENCJI POLAKÓW W ZAKRESIE KONSUMPCJI ŻYWNOSCI

RAPORT BANKU BGŻ BNP PARIBAS  
KONFERENCJA PRASOWA  
Warszawa, 18 listopada 2015



**BGŻ BNP PARIBAS**

Bank zmieniającego się świata

# Doświadczenie Grupy BNP Paribas w sektorze Agro

---

- ❑ Numer 1 w finansowaniu leasingu maszyn rolniczych w Europie i w Polsce
- ❑ Turecki TEB to jeden z wiodących banków pod względem finansowania działalności Agro
- ❑ Bank of the West to trzeci w USA największy bank pod względem liczby udzielanych kredytów w sektorze Agro
- ❑ Bank BGŻ BNP Paribas numer 1 w obsłudze sektora rolno-spożywczego w Polsce



**BNP PARIBAS**

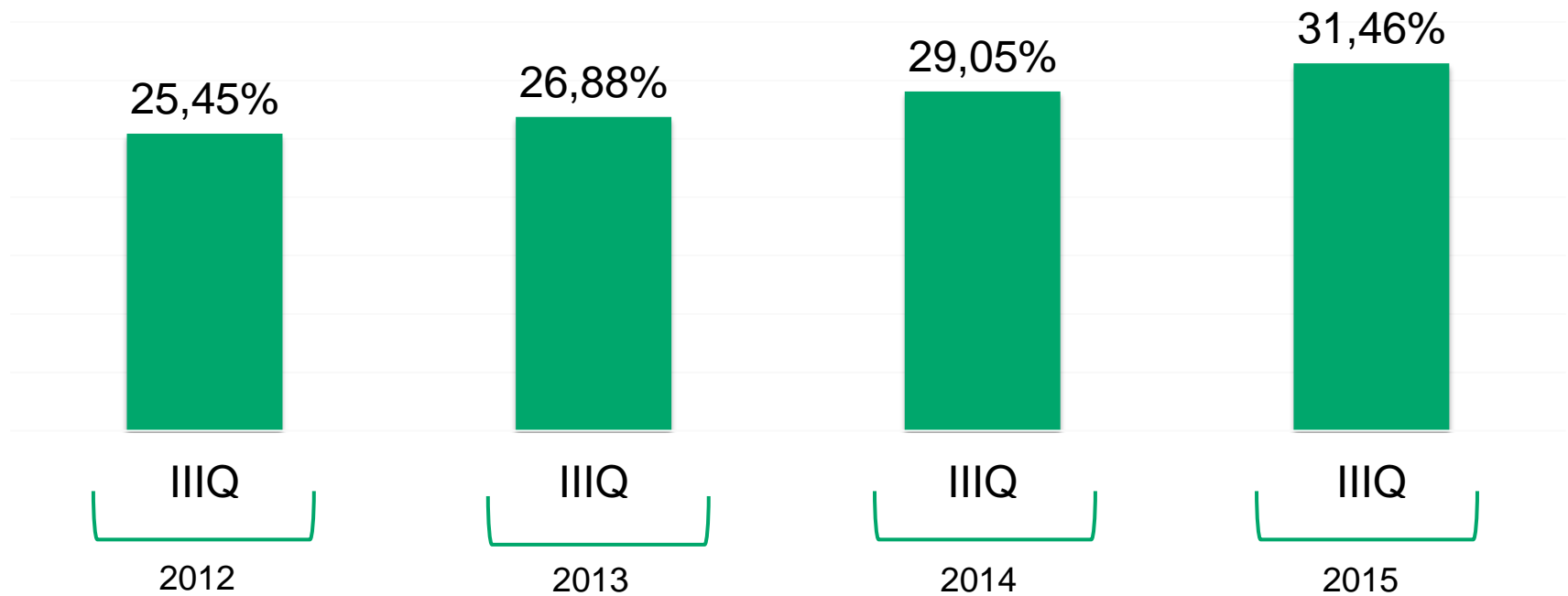


**BGŻ BNP PARIBAS**

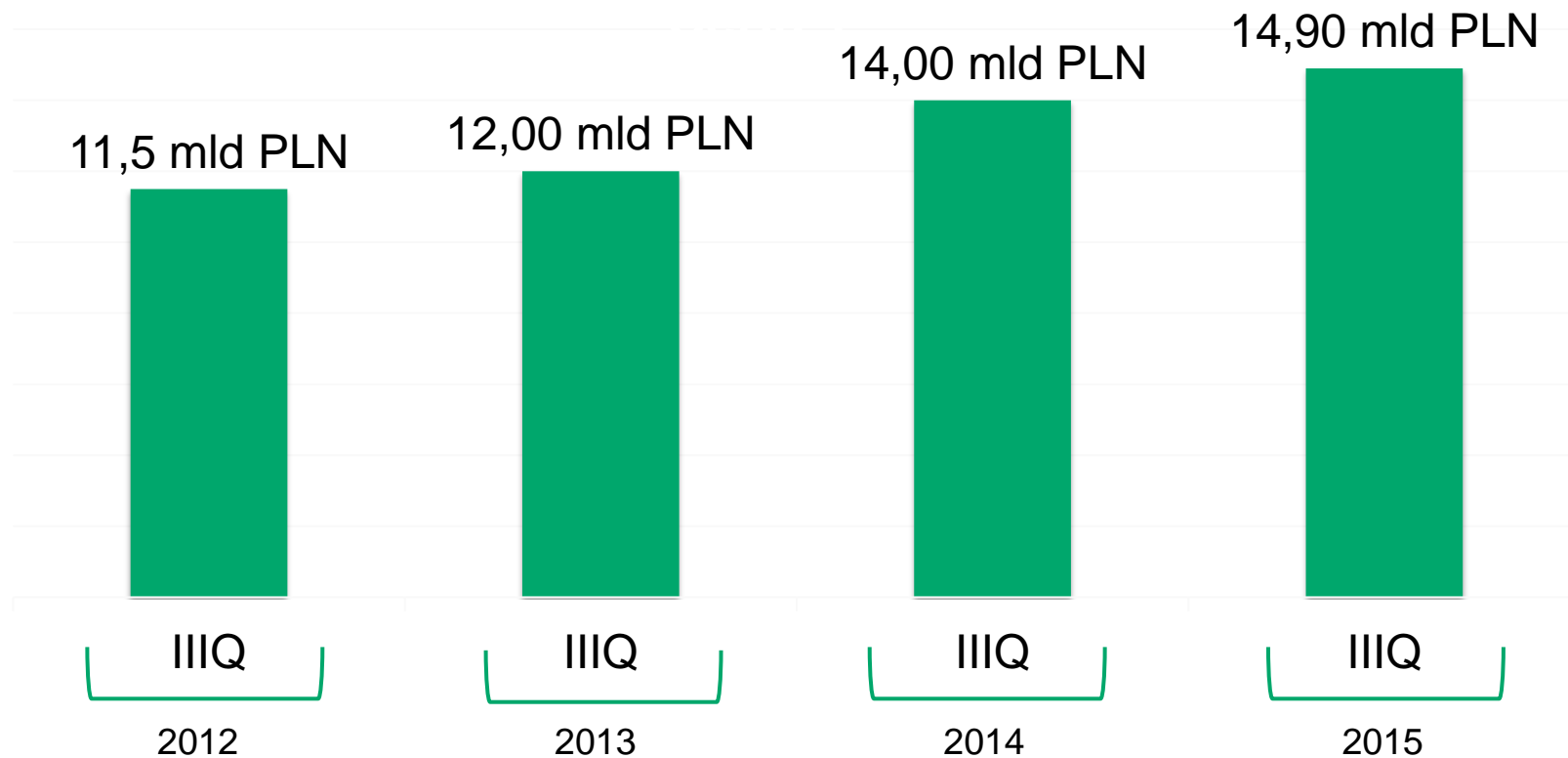
Bank zmieniającego się świata

Zmiany preferencji Polaków  
w zakresie konsumpcji żywności

# Obecność Banku BGŻ BNP Paribas w Agro - rosnący udział w rynku kredytów



# Klienci sektora rolno-spożywczego w Banku BGŻ BNP Paribas - portfel kredytów

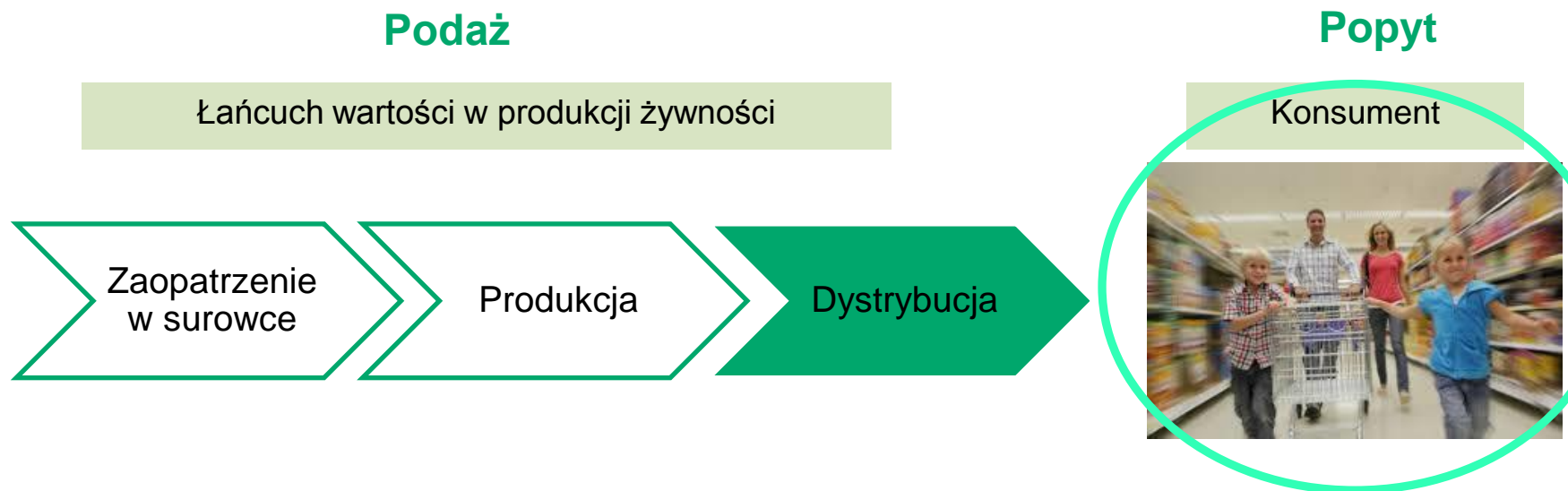


1

# ZMIANY PREFERENCJI POLAKÓW W ZAKRESIE KONSUMPCJI ŻYWNOSCI



# Skąd temat raportu?



## 2013 Produkcja i zaopatrzenie w surowiec

*(Jak zwiększyć efektywność firm przetwórstwa rolno-spożywczego?)*

## 2014 Dystrybucja

*(Skuteczne strategie sprzedaży w przemyśle spożywczym)*

## 2015 Zachowania konsumenta

*(Zmiany preferencji Polaków w zakresie zakupów żywności)*



# Co można znaleźć w raporcie?

---

## Agenda prezentacji

1. Przyczyny zmian spożycia żywności
  - ❑ Ekonomiczne i poza ekonomiczne
2. Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywności
  - ❑ Porównanie danych dotyczących budżetów gospodarstw domowych i danych bilansowych oraz danych GfK, czy danych FAO. Wyniki modelowania ekonometrycznego popytu na podstawowe kategorie żywnościowe
  - ❑ Na bazie wyników badania GfK
3. Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych
4. Prognozy konsumpcji produktów żywnościowych w roku 2020
  - ❑ Prognozy na bazie przeprowadzonego podczas badania modelowania ekonometrycznego
5. Kluczowe wnioski



2

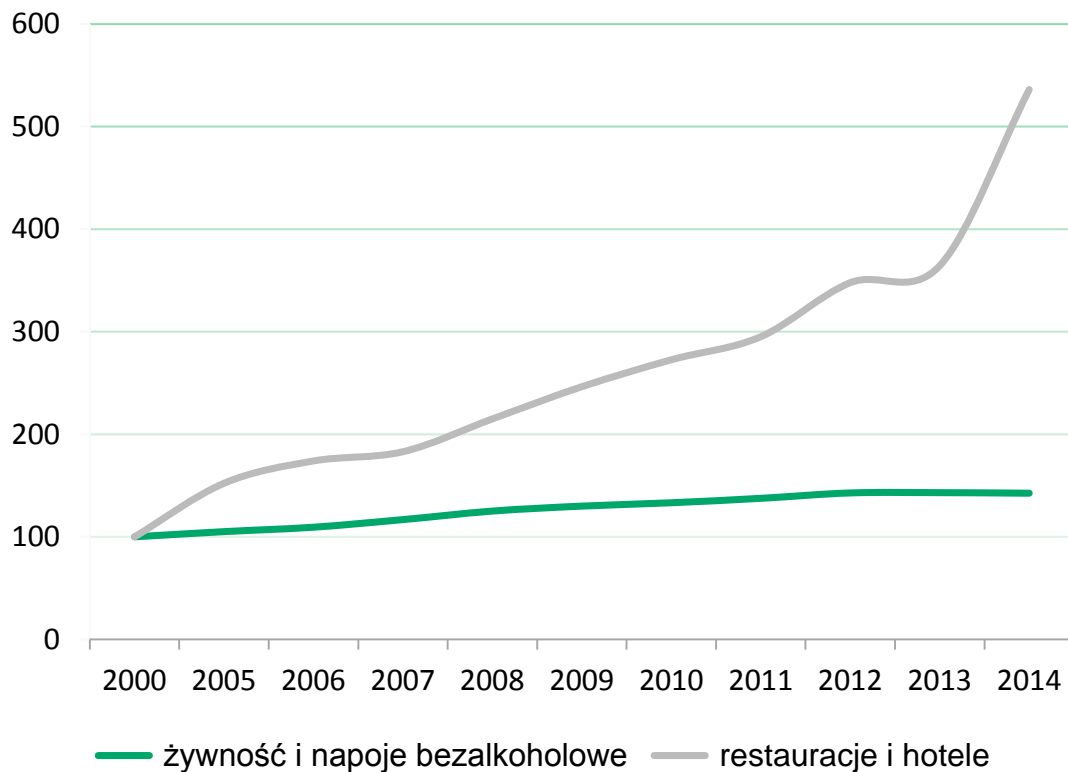
# PRZYCZYNY ZMIAN SPOŻYCIA ŻYWNOŚCI





# Wydajemy więcej na restauracje i żywność przetworzoną, na co wpływ mają zmiany demograficzne i społeczne

## Wzrost wydatków gospodarstw domowych na restauracje i hotele, na tle wydatków na żywność i napoje bezalkoholowe (2000=100)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS

- Wraz z bogaceniem się konsumentów częściej korzystają z restauracji, barów, kawiarni etc.
- Od 2000 r. liczba restauracji w Polsce wzrosła o 93,4%
- Czynniki wpływającymi na wzrost wydatków na żywność poza domem są zmiany demograficzne i społeczne:
  - wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych
  - większa aktywizacja zawodowa kobiet
  - spadek poziomu dzietności
  - urbanizacja



# Pozostałe przyczyny zmian spożycia żywności

## Inne istotne przyczyny zmian spożycia żywności

1. Wzrost konsumpcji w punktach gastronomicznych oraz produktów przetworzonych
  - ❑ Oprócz bogacenia się ma na to wpływ dłuższy czas pracy oraz wzrost czasu dojazdu do pracy
2. Mniejsze zapotrzebowanie na energię
  - ❑ Mniej energochłonny tryb życia (komunikacja za pomocą samochodów, wykorzystanie nowoczesnych maszyn - praca lżejsza pod względem wysiłku fizycznego)
3. Substytucja ilości jakością
  - ❑ Dostarczanie niezbędnych dla organizmu składników dzięki produktom o wyższej wartości odżywczej
4. Mniejsze straty w procesie dystrybucji i finalnej konsumpcji żywności
  - ❑ Rozwój technologii przechowalniczej, mniejsze straty w procesie finalnej konsumpcji żywności
5. Diety oraz rozpowszechnienie chorób wymagających ich stosowania
  - ❑ Np. celiakia, w przypadku której sumaryczną częstotliwość występowania choroby: w latach 1978-80 wynosiła 1,05 %, a w 2000-01 już 1,99 %. W przypadku cukrzycy: w 1985 r. liczbę chorych na świecie szacowano na 15 mln, w 2013 r. już 371 mln, a w 2030 r. szacuje się, że to może być 552 mln



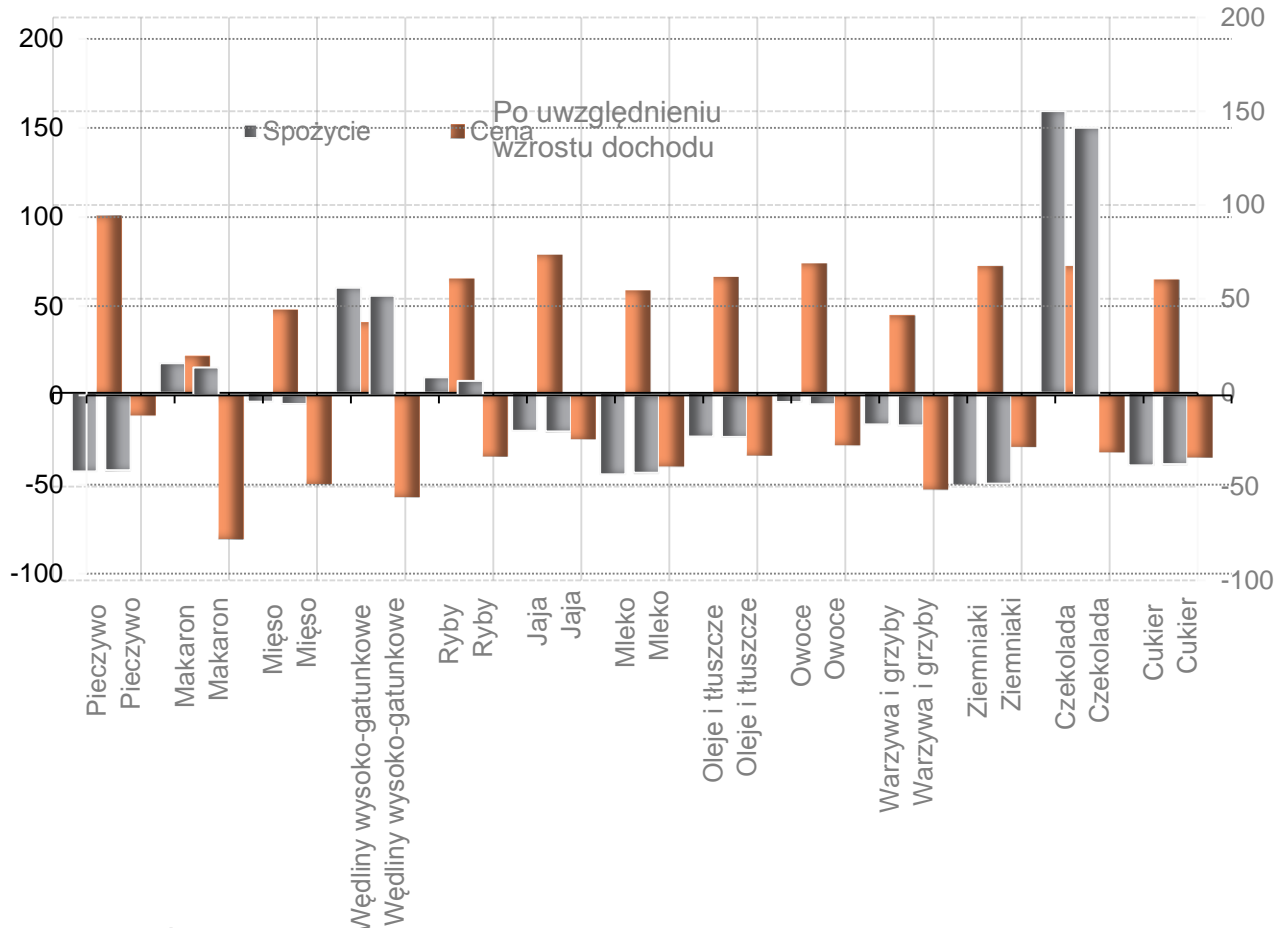
3

# TRENDY W KONSUMPCJI PODSTAWOWYCH KATEGORII ŻYWNOŚCI



# Spadek wielkości zakupów podstawowych kategorii żywności przez gospodarstwa domowe, przy silnych wzrostach ich cen

## Zmiany w konsumpcji żywności gospodarstw domowych w latach 1999-2014 na tle zmian ich cen



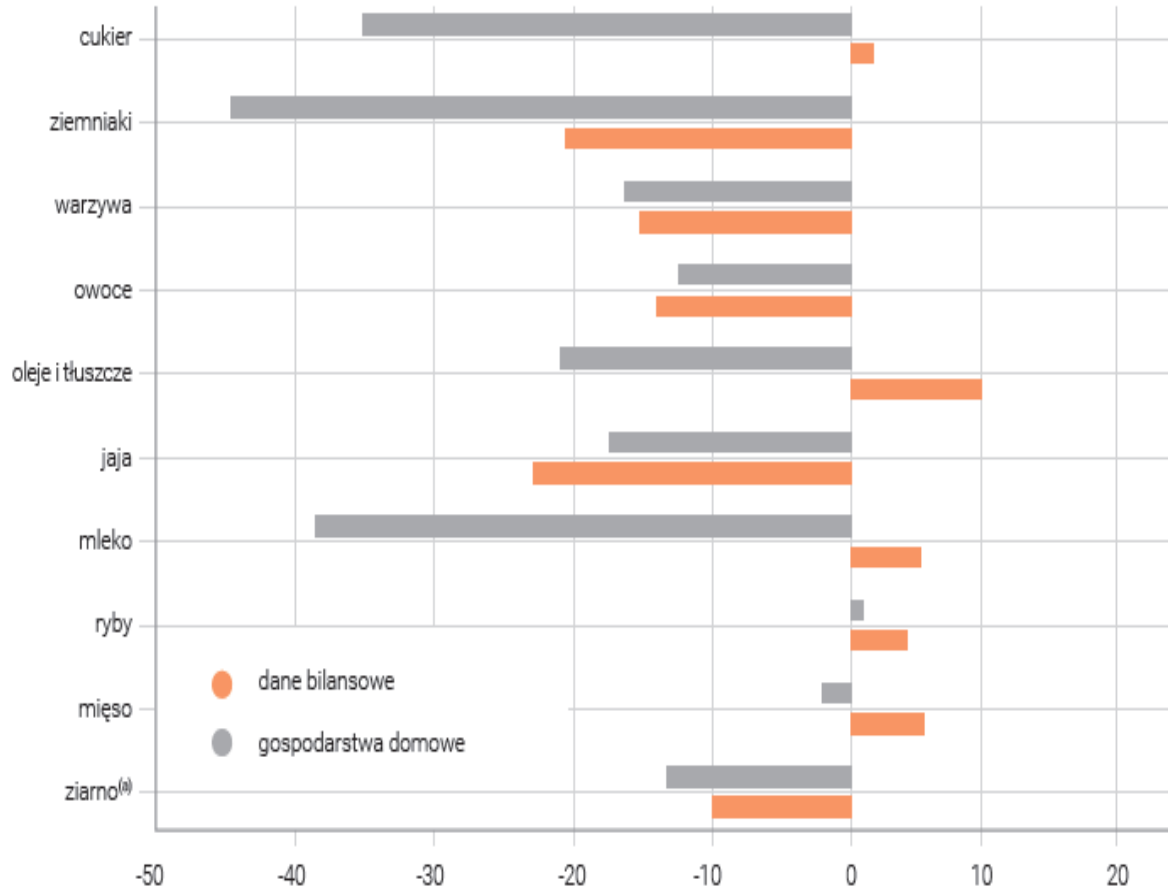
- Największe spadki zakupów gospodarstw domowych dot.: ziemniaków, mleka, pieczywa i cukru
- Największe wzrosty zakupów gospodarstw domowych dot.: czekolady i wędlin
- Dla wszystkich kategorii żywności nastąpił wzrost cen detalicznych
- Pomimo wzrostu cen, na wskutek wzrostu dochodu, dostępność żadnej kategorii nie spadła
- Widoczne efekty substytucyjne (ziemniaki – makaron)

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS



# Łączne spożycie podstawowych kategorii żywności spada w mniejszym stopniu niż zakupy gospodarstw domowych

**Bilansowa zmiana spożycia  
na tle zmian konsumpcji gospodarstw domowych (1999-2014)**

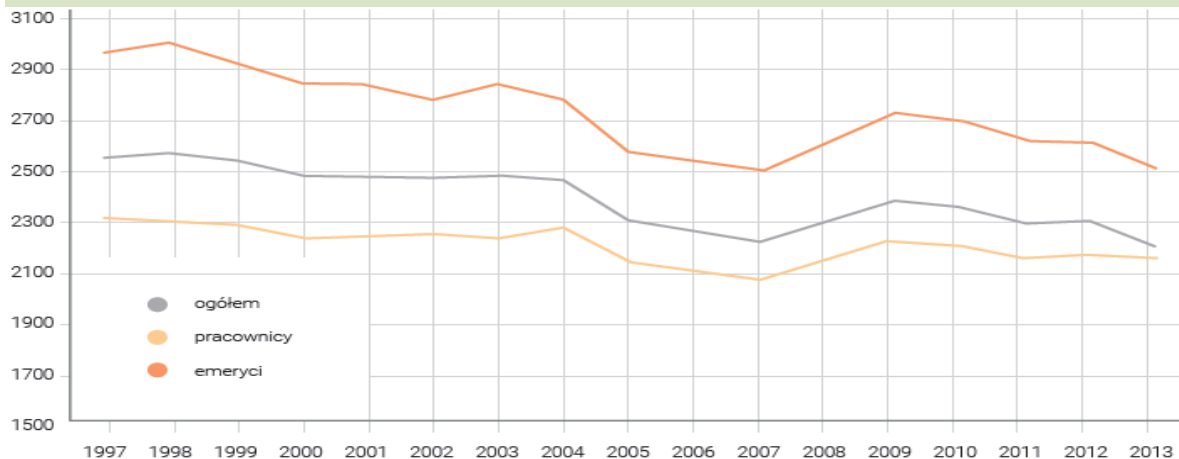


- ☐ Spożycie bilansowe – uwzględnia konsumpcję poza domem oraz dodatkowo zużycie wykorzystywanych półproduktów
- ☐ Dynamika spożycia gospodarstw domowych dla każdej kategorii była poniżej dynamiki bilansowej
- ☐ Największe różnice obserwowane w przypadku: mleka, cukru oraz olejów i tłuszczów. Można zatem sugerować, że poza domem częściowo zapominamy o diecie (wzrost spożycia słodczy oraz olejów i tłuszczów)
- ☐ Na uwagę zasługują też wzrosty spożycia bilansowego mięsa i ryb, co jest oznaką substytucji ilości jakością w żywieniu

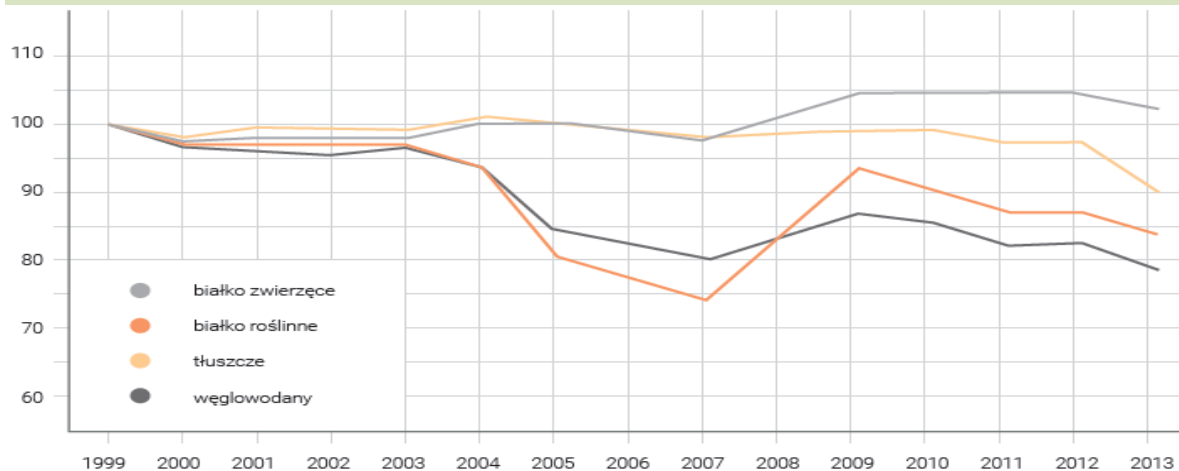


# Redukujemy nadmiar kalorii

## Dzienne spożycie energii na osobę w gospodarstwach domowych



## Zmiany spożycia wartości odżywczych



- ❑ Spożycie energii systematycznie spada – Polacy ograniczają nadmiar kalorii, przy czym obecnie spożycie wydaje się być już bliskie zalecanemu przez GDA (2500 kcal. dla mężczyzn i 2000 kcal. dla kobiet)
- ❑ Najwięcej kalorii konsumują gospodarstwa emerytów i rencistów – są też w czołówce spożycia cukru i czekolady
- ❑ Głównym źródłem białka stają się produkty zwierzęce
- ❑ Największy spadek dla białka roślinnego i węglowodanów



# Cena zwykle negatywnie wpływa na popyt, ale również wzrost dochodu często prowadzi do spadku zakupów podstawowych artykułów

## Wyniki badań ekonometrycznych dotyczących popytu na wybrane kategorie żywności

	Stała	Dochód	Cena	Kalorie	Trend	R <sup>2</sup>
Pieczywo (kg)	6,57	-0,27	-0,04	-	-0,03	0,99
Makaron (kg)	4,26	-0,75	-0,13	0,60	0,04	0,68
Mąka (kg)	3,66	-0,48	-0,15	0,50	-0,01	0,98
Mięso (kg)	2,08	0,19	-0,19	0,24	-	0,52
Wędliny wysokogatunkowe (kg)	18,58	1,17	-0,75	-1,92	-	0,88
Ryby (kg)	3,25	0,74	-0,66	-	-	0,70
Jaja (szt.)	8,25	-0,50	-0,12	-	0,01	0,94
Mleko (litry)	7,10	-0,40	-	-	-0,02	0,98
Oleje i tłuszcze (kg)	3,62	-0,33	-0,09	0,38	-	0,96
Owoce (kg)	6,02	0,14	-0,48	-	-	0,78
Warzywa i grzyby (kg)	7,31	-0,23	-0,27	-	-	0,92
Ziemniaki (kg)	4,33	-0,40	-	0,32	-0,03	0,98
Czekolada (kg)	1,59	0,52	-	-	-	0,47
Cukier (kg)	9,81	-0,77	-0,10	-	-	0,93
Woda (litry)	3,65	0,12	-	-	0,10	0,96
Soki owocowe (litry)	3,93	1,15	-1,49	-	-	0,73

- Wzrost cen zwykle przekłada się na spadek popytu. Zmiana ceny jest nieistotna jedynie w przypadku mleka, ziemniaków, czekolady czy wody
- Wzrost dochodu może prowadzić zarówno do wzrostu, jak i spadku spożycia
- Wzrost spożycia wraz ze wzrostem dochodu występuje w przypadku: mięsa, ryb, owoców, czekolady czy wody. W przypadku wędlin wysokogatunkowych i soków owocowych, wzrost dochodu silnie przekłada się na wzrost popytu (dobra luksusowe)
- Spadek spożycia na skutek wzrostu dochodu może dotyczyć: cukru, jaj, mąki, ziemniaków, mleka, olejów i tłuszczów, pieczywa i warzyw, ale też makaronu
- Silny ujemny trend konsumpcji dotyczy pieczywa, mąki, mleka i ziemniaków, a dodatni makaronu oraz jaj



# Polacy na tle sąsiadów

## Spożycie wybranych kategorii żywnościowych w Polsce na tle krajów sąsiednich zmiana w latach 2010/11 w stosunku do lat 1993/94 (średnia w kg/per capita/rok)

		Polska	Niemcy	Czechy	Słowacja	Średnia ważona w grupie <sup>a</sup>	Polska a średnia w grupie
Ziemniaki	2010-2011	113,7	66,4	64,2	53,2	80,4	41,4%
	Δ w %	-19,9	-15,5	-21,7	-44,9	-17,7	-
Wieprzowina	2010-2011	50,7	53,9	45,6	26,4	42,0	20,9%
	Δ w %	4,1	0,7	-12,9	20,2	-2,3	-
Wołowina	2010-2011	2,6	13,0	7,5	4,8	8,4	-68,9%
	Δ w %	-77,7	-23,4	-59,8	-67,6	-54,5	-
Drób	2010-2011	21,6	17,9	23,6	16,2	19,9	8,7%
	Δ w %	116,1	54,7	97,1	137,3	106,1	-
Pomidory	2010-2011	22,2	18,8	12,9	13,7	16,7	32,4%
	Δ w %	90,9	56,9	89,2	39,2	82,5	-
Jabłka	2010-2011	17,2	19,1	12,0	10,6	14,1	21,5%
	Δ w %	2,1	-24,7	-31,0	20,7	-27,7	-
Banany	2010-2011	2,1	10,3	9,2	8,4	7,9	-73,4%
	Δ w %	-26,3	-21,1	-4,8	72,4	-3,4	-
Mleko	2010-2011	194,2	256,8	185,7	139,1	210,9	-7,9%
	Δ w %	-5,3	13,4	-10,7	-8,9	-3,7	-

<sup>a</sup> w grupie oprócz wymienionych w tabeli krajów uwzględniono również Łotwę i Estonię

- ❑ Spadek przeciętnej konsumpcji: wołowina, jabłka, masło, ziemniaki, mleko, banany i wieprzowina
- ❑ Wzrost przeciętnej konsumpcji: drób, pomidory, pomarańcze i mandarynki, winogrona, a także nieznacznie jaja
- ❑ Spadek konsumpcji wołowiny przy jednoczesnym znacznym wzroście spożycia drobiu
- ❑ Tendencje te są zbieżne z obserwowanymi w Polsce
- ❑ Wzrost konsumpcji mleka w Niemczech, w pozostałych krajach - spadek
- ❑ Wzrost konsumpcji owoców z cieplejszych stref klimatycznych, spadek konsumpcji jabłek. W przypadku Polski nastąpił jednak wzrost





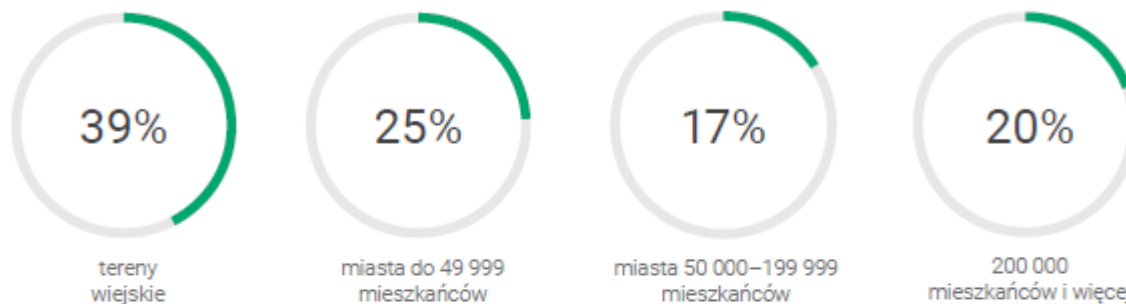
# 4

## KRYTERIA WYBORU I SYNONIMY JAKOŚCI PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

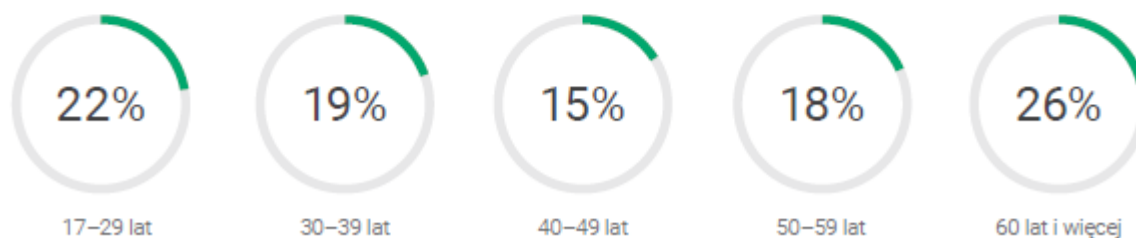


## Informacje o strukturze próby w badaniu GfK CAPIBUS

### Wielkość miejscowości\*



### Wiek respondenta



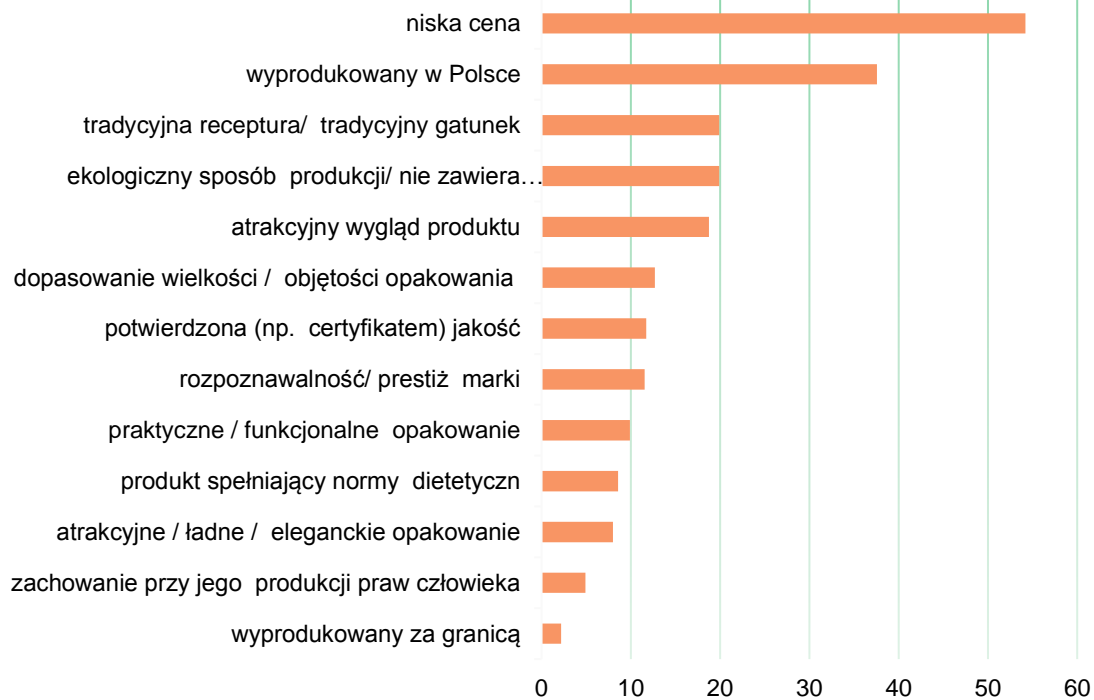
- ❑ CAPIBUS – wielotematyczne badanie przeprowadzane regularnie metodą bezpośrednich wywiadów komputerowych CAPI w domu respondenta
- ❑ Badanie ma charakter ogólnopolski i jest przeprowadzane na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15+
- ❑ Próba jest imienna, zapewniająca najwyższy stopień reprezentatywności
- ❑ Badanie przeprowadzono między 6 a 10 sierpnia 2015 r.

\* Ze względu na zaokrąglenia, liczby mogą nie sumować się do 100



# Cena nadal pozostaje podstawowym kryterium wyboru

## Znaczenie ceny, jako kryterium wyboru dla różnych kategorii produktowych (% wskazań)



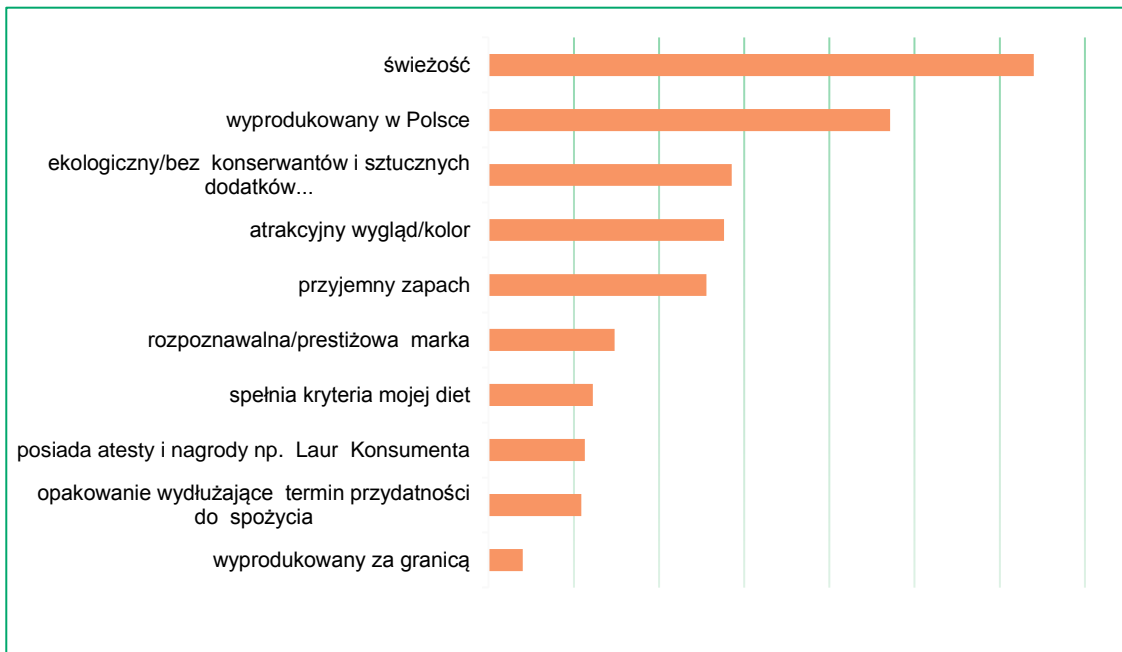
Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GFK CAPIBUS

- ❑ W badaniu wykorzystanym w raporcie respondenci mieli wskazać maksymalnie 5 cech, którymi się kierują
- ❑ Na cenę zwraca uwagę 54% ankietowanych
- ❑ Na to, że produkt jest wyprodukowany w Polsce 38%
- ❑ Tradycyjna receptura i gatunek, ekologiczny sposób produkcji, to ważny element wyboru dla 20% ankietowanych
- ❑ Rozpoznawalność marki producenta ma znaczenie tylko dla 12% respondentów
- ❑ Zachowanie przy produkcji praw człowieka czy dobrostanu zwierząt ma znaczenie jedynie dla 5% ankietowanych



# Polacy utożsamiają jakość przede wszystkim ze świeżością, ale też krajowymi produktami wyprodukowanymi w tradycyjny sposób

## Atrybuty produktów żywnościowych określających wysoką ich jakość (% wskazań)



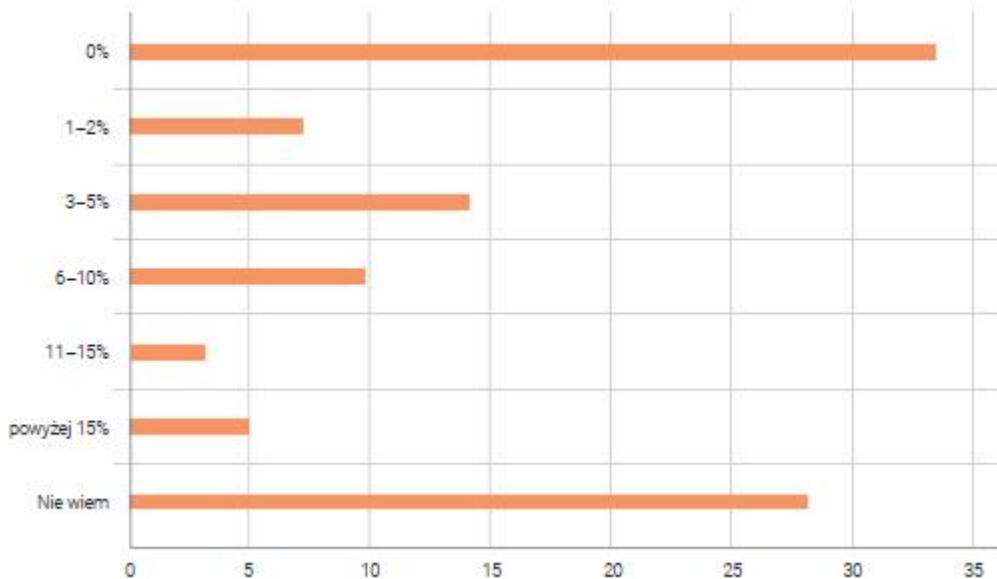
- ❑ Dla 47% ankietowanych fakt, że produkt został wyprodukowany w Polsce jest istotnym atrybutem określającym wysoką jakość
- ❑ Dla 30% synonim jakości to ekologiczny sposób produkcji
- ❑ Tylko 15% patrzy na markę
- ❑ Jedynie dla kilku procent ankietowanych produkcja za granicą jest synonimem jakości

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GFK CAPIBUS



# Wysoką jakość traktujemy jako oczekiwany standard i raczej nie chcemy płacić za nią więcej

## Gotowość płacenia wyższej ceny za artykuły spożywcze wysokiej jakości



- ❑ 34% ankietowanych nie chce w ogóle płacić więcej za wyższą jakość artykułów żywnościowych
- ❑ Do 5% więcej chce zapłacić jedynie 21% ankietowanych
- ❑ 6-10% więcej chce zapłacić kolejne 10% ankietowanych
- ❑ Powyżej 10% więcej chce zapłacić jedynie 8% ankietowanych
- ❑ Waha się 27% respondentów

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GFK CAPIBUS



**5**

# PROGNOZY KONSUMPCJI PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH W 2020 ROKU



# Jakich zmian można oczekiwać w perspektywie 5 lat w zakresie zakupów gospodarstw domowych?

## Prognozy zakupów gospodarstw domowych

	Makaron (kg)		Mięso (tys. ton)		Ryby (kg)		Mleko (litry)		Owoce (kg)		Ziemniaki (kg)		Cukier (kg)		
	Pieczywo (kg)	Mąka (kg)	Wędliny wysoko-gatunkowe (kg)		Jaja (szt.)	Oleje i tłuszcze (kg)		Warzywa i grzyby (kg)		Czekolada (kg)	Soki owocowe (litry)				
2014	3,94	0,37	0,76	5,29	0,71	0,40	12,02	3,26	1,21	3,59	4,20	3,92	0,15	1,19	0,84
2020	3,35	0,43	0,69	5,56	0,75	0,43	11,93	2,75	1,17	3,22	3,95	3,18	0,16	1,14	0,78
zmiana (%)	-14,9	16,0	-9,4	5,2	5,3	6,9	-0,7	-15,6	-3,2	-10,2	-6,0	-18,8	7,5	-4,2	-7,3

Źródło: Prognozy BGŻ BNP Paribas

- Do 2020 roku należy oczekiwać spadku spożycia większości kategorii żywności, głównie ziemniaków, pieczywa, mleka i mąki, soków owocowych, warzyw i grzybów, czy olejów i tłuszczów
- Dynamikę spadku ograniczać może zbliżenie dziennego spożycia kalorii do poziomów zalecanych GDA
- Za obniżeniem konsumpcji przemawia też oczekiwany wzrost cen żywności
- Wzrostu spożycia można oczekiwać w przypadku mięsa, wędlin wysokogatunkowych, ryb czy czekolady. Może dotyczyć także makaronu



# Jakich zmian można oczekiwać w perspektywie 5 lat w zakresie łącznego popytu krajowego?

## Prognozy spożycia bilansowego

	Zbożowe (tys. ton)	Mięso (tys. ton)	Ryby (tys. ton)	Jaja (mln szt.)	Mleko (mln l.)	Oleje i tłuszcze (tys. ton)	Owoce (tys. ton)	Warzywa i grzyby (tys. ton)	Ziemniaki (tys. ton)	Cukier (tys. ton)
2014	4137,0	2732,4	508,0	5695,6	7889,2	1258,4	1847,2	4002,3	3963,9	1677,9
2020	3974,8	2925,5	508,9	5599,0	8273,9	1310,1	1700,6	3972,8	3836,8	1709,4
zmiana (%)	-3,9	7,1	0,2	-1,7	4,9	4,1	-7,9	-0,7	-3,2	1,9

Źródło: Prognozy spożycia BGŻ BNP Paribas, przy uwzględnieniu prognoz demograficznych GUS

- W ujęciu bilansowym wielkość rynku będzie się zwiększać w przypadku: mięsa, mleka, olejów i tłuszczów oraz cukru
- Rynek krajowy może się kurczyć w przypadku: ziemniaków, artykułów zbożowych, jaj, warzyw i grzybów, ale też i owoców
- Wielkość rynku krajowego będzie wsparta dalszym wzrostem spożycia poza domem (restauracje)
- Oczekiwany spadek liczby ludności może nie przekładać się na ogólny popyt, ponieważ oczekiwany wzrost liczby gospodarstw domowych emerytów i jednoosobowych może łagodzić spadek popytu na podstawowe artykuły żywnościowe





6

## KLUCZOWE WNIOSKI



# Wnioski

---

1. Krajowy popyt na podstawowe artykuły żywnościowe będzie się nadal kurczył w przypadku takich produktów jak: owoce, produkty zbożowe, ziemniaki, warzywa i grzyby czy jaja. Wzrost wolumenu spożycia będzie obserwowany w przypadku mięsa, mleka, olejów i tłuszczów, cukru oraz ryb.
2. Wzrost krajowego popytu na podstawowe artykuły żywnościowe w dużej mierze będzie wynikał ze wzrostu popytu ze strony gastronomii oraz przemysłu spożywczego, poddającego podstawowe towary dalszemu przetworzeniu. Ukierunkowanie oferty dla tego segmentu rynku będzie miało coraz większe znaczenie dla wielkości sprzedaży u producentów.
3. Spadki konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych na osobę w gospodarstwie domowym będą kontynuowane, jednakże ich tempo może się spowolnić. Szczególnie wysokie, dwucyfrowe ich wartości, oczekiwane są w przypadku ziemniaków, mleka, pieczywa czy owoców. Mniejsze, jednocyfrowe spadki, mogą dotyczyć mąki, soków owocowych, cukru, olejów i tłuszczów, warzyw i grzybów oraz jaj. Wzrostu konsumpcji gospodarstw domowych można się spodziewać w przypadku makaronu, mięsa, wędlin wysokogatunkowych, ryb czy czekolady.
4. Bogacenie się społeczeństwa jest jednym z kluczowych czynników odpowiedzialnych za zmiany konsumpcji. Choć wydaje się, że rola wzrostu dochodów będzie słabła w przyszłości, to jednak w najbliższych latach oczekiwany jego wzrost nadal powinien istotnie wpływać na popyt na artykuły żywnościowe. W szczególności powinien przyczyniać się do wzrostu popytu na soki owocowe i wędliny wysokogatunkowe.



# Wnioski

---

5. Obserwowany w okresie transformacji spadek dziennego spożycia kalorii powinien wyhamować. Wpływie na to oczekiwany w kolejnych latach wzrost dochodów oraz fakt, że jego poziom spożycia kalorii zbliżył się już bowiem do minimów zalecanych w normach żywieniowych GDA. Powinno się to przyczynić do wyhamowania spadku konsumpcji żywności per capita.
6. Cena nadal pozostaje kluczowym czynnikiem wyboru produktów żywnościowych przez konsumentów, a jej wpływ pozostaje jednoznacznie negatywny dla każdej badanej kategorii. Przy czym szczególnie silna reakcja popytu na wzrost cen występuje w przypadku soków owocowych i wędlin wysokogatunkowych.
7. Wysoka jakość żywności konsumentom najczęściej kojarzy się ze świeżością produktów. Oprócz tego duże znaczenie ma fakt wyprodukowania żywności w Polsce, a także ekologiczny sposób produkcji (rozumiany jako brak konserwantów i sztucznych dodatków w składzie).
8. Wysoka jakość żywności to dla konsumentów oczekiwany standard. Co najmniej jedna trzecia osób nie jest w ogóle gotowa więcej zapłacić za wysoką jakość. Wśród osób, które deklarują gotowość zapłacenia więcej, akceptowalny dla niespełna 1/4 konsumentów wzrost ceny to jedynie 1-5%.
9. Efekt starzenia się społeczeństwa netto w perspektywie 2020 roku nie będzie miał dużego znaczenia na popyt na podstawowe artykuły żywnościowe.
10. Modele konsumpcji zmieniają się nie tylko w Polsce, ale i innych krajach. Pomimo globalizacji konwersja jest powolna i istotne różnice pomiędzy krajami nadal pozostają.



# Dziękujemy za uwagę!

