

Polskie jabłka mają szansę podbić chiński rynek

22 czerwca 2016

Chiński rynek otwiera się na polskie jabłka. Teraz wszystko zależy od przedsiębiorców – powiedział podczas wizyty w Polsce chiński minister ds. jakości żywności. Polscy producenci już biorą sprawy w swoje ręce. 19 grup producenckich zrzeszonych w organizacji Appolonia podpisało porozumienie o współpracy z platformą dystrybucyjną Shanghai Poland China Trading Company. Dotyczy ono zakupu produktów żywnościowych z Polski i ich promocji w Chinach. Strategicznym partnerem logistycznym platformy została firma ATC Cargo, która od wielu lat aktywnie współpracuje z partnerami z Państwa Środka.

Porozumienie Appolonia i Shanghai Poland China Trading Company dotyczy ok. 40 tys. ton jabłek, które trafiają do chińskich konsumentów.

„Jabłka są produktem eksportowym Polski, niestety Chińczycy do tej pory nie mieli okazji, żeby się przekonać, jak dobry jest to produkt. Podczas wizyty chińskich polityków zostało podpisane porozumienie umożliwiające eksport jabłek do Chin. Mam nadzieję, że dzięki naszej platformie i uruchomionym połączeniom logistycznym polskie jabłka i inne produkty trafiają na chińskie rynki” – mówi agencji Newseria Biznes Lin Jie, prezes Shanghai Poland China Trading Company.

W poniedziałek, 21 czerwca, polscy i chińscy politycy porozumieli się w sprawie eksportu jabłek z Polski. Nasz kraj jest największym ich producentem w UE i trzecim na świecie, jest także w czołówce producentów zagęszczanego soku jabłkowego. Politycy podpisali również memorandum o współpracy dwustronnej w obszarze zdrowia zwierząt i roślin oraz bezpieczeństwa żywności. Reguluje ono wymagania weterynaryjne i fitosanitarne w eksporcie żywności do Chin.

Jak podkreśla Lin Jie, polskie produkty spożywcze cieszą się coraz większą popularnością wśród chińskich konsumentów, dlatego uruchomiono platformę China Poland Trading Platform, która służy sprzedaży tych artykułów w Chinach.

„Nasza platforma dotyczy nie tylko zagadnień związanych z handlem, lecz także z logistyką, potrzebnymi zezwoleniami, licencjami, inspekcjami w Chinach. To kompleksowa pomoc dla chińskich i polskich firm z branży spożywczej” – mówi Lin Jie.

Firma ma podpisane umowy z kilkoma sieciami handlowymi w Chinach, w tym z największą państwową. Prowadzi sprzedaż zarówno w kanale offline, czyli w tradycyjnych sklepach i hurtowniach, jak i przez internet. Oferuje polskim producentom możliwość magazynowania ich produktów w Chinach, zajmowała się będzie kompleksową sprzedażą produktów na rynku.

Także wizytujący Polskę minister odpowiedzialny za jakość żywności podkreślał podczas spotkania z polskim ministrem rolnictwa, że Chińczycy znają polską żywność i wiedzą, że jest bezpieczna.

Chiny są dla Polski ważnym partnerem gospodarczym. Na tamtejszym rynku trwa kilka kampanii promocyjnych, m.in. w zakresie jabłek, produktów mleczarskich i produktów mięsnych. Z danych resortu rolnictwa wynika, że w ubiegłym roku Polska wyeksportowała do Chin artykuły rolno-spożywcze o wartości 127 mln euro. Wśród nich dominowały serwatka, mięso i jadalne podroby z drobiu, czekolada i inne przetwory spożywcze zawierające kakao, syropy cukrowe, mleko i śmietana oraz wyroby cukiernicze. Minister Krzysztof Jurgiel podkreślał, że liczy na wzrost eksportu w niedalekiej przyszłości.

Na większą wymianę handlową liczą także operatorzy logistyczni.

„Przy okazji wizyty w Polsce prezydenta Chin podpisujemy porozumienie jako partner logistyczny z China Poland Trading Platform. Jest to platforma stworzona przez chińskiego

przedsiębiorcę, która ma być furtką na tamtejszy rynek dla polskich eksporterów” – mówi Artur Jadeszko, prezes zarządu ATC Cargo SA. „Zawieramy także porozumienia z paroma organizacjami jako strategiczny partner logistyczny, m.in. ze stowarzyszeniem Appolonia, Krajowym Związkiem Grup Producentów Owoców i Warzyw oraz ze Stowarzyszeniem Rzeźników i Wędliniarzy RP.”

ATC Cargo zajmująca się przede wszystkim morską logistyką kontenerową od początku roku prowadzi działalność operacyjną w Chinach pod własną marką jako pierwsza spółka z branży. Powołana spółka ATC Worldwide Logistics z siedzibą w Szanghaju jest obecna w 16 portach chińskich.

„Rynek chiński odpowiada za 60 proc. światowego ruchu kontenerowego. To jest najważniejszy gracz na tym rynku, dlatego należy tam być obecnym” – mówi Jadeszko. „Nasze struktury w Azji działają operacyjnie od tego roku, natomiast sam proces przygotowań trwał około 3 lat. Trochę inaczej pracuje się w Azji, wszystko jest być może wolniej, ale na pewno warto.”

W Polsce wielkość przewozów wyniosła w ubiegłym roku 70 tirów. Wśród klientów firmy są zarówno największe globalne koncerny, które są obecne w Polsce, jak i mały i średni biznes.

Źródło: Newseria.pl