

Branża piekarnicza

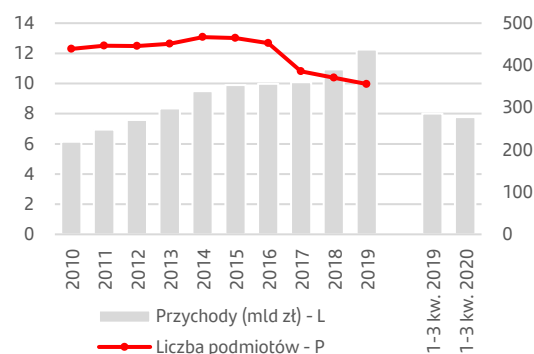
- Branża piekarnicza w ostatnich latach **funkcjonuje pod presją spadającego popytu na pieczywo**. Równolegle rośnie zainteresowanie pozostałymi wyrobami piekarskimi.
- Najlepsze perspektywy widzimy więc przed **przedsiębiorstwami innowacyjnymi, które dokładnie śledzą trendy konsumenckie** i są w stanie szybko reagować na zmiany po stronie popytu.
- W ubiegłym roku dodatkowym wyzwaniem dla branży stała się pandemia COVID-19. Odnotowano **spadek zamówień z branży hotelarsko-gastronomicznej**. Jednocześnie konsumenci znacznie więcej czasu spędzali w domach, co z kolei **sprzyjało zakupom pieczywa w kanale handlu detalicznego**.
- Dane ze średnich i dużych firm wskazują jednak, że handel detaliczny nie zrekomensował w całości spadku sprzedaży w innych kanałach. W 2020 r. **produkcja pieczywa była niższa o 9%** w relacji rocznej.
- Dla części firm dużą szansą pozostaje **rosnący popyt zagraniczny** na wyroby piekarskie, m.in. na pieczywo cukiernicze.



Stabilny wzrost przychodów w branży oraz powolna konsolidacja

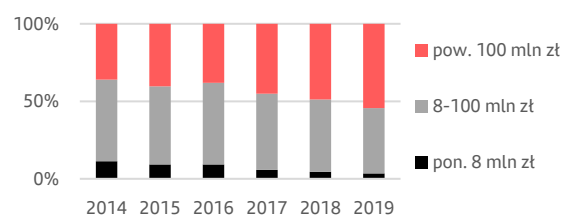
- **Branża piekarnicza pozostaje mocno rozdrobniona**, biorąc pod uwagę tło w postaci rodzimego sektora produkcji żywności. Na koniec 2020 r. w bazie REGON zarejestrowanych było ponad 12 tys. podmiotów zajmujących się produkcją pieczywa i świeżych wyrobów ciastkarskich, co stanowiło aż 38% wszystkich podmiotów zajmujących się produkcją artykułów spożywczych.
- W 2019 r. niespełna **360 przedsiębiorstw zatrudniało więcej niż 9 pracowników** (i złożyło sprawozdania w GUS). W ciągu ostatnich pięciu lat ta liczba obniżyła się o 24%. Był to efekt 55-procentowego spadku w grupie firm o przychodach pon. 8 mln zł. W efekcie udział tej grupy w łącznej liczbie przedsiębiorstw skurczył się z 49% do 28%. Z kolei w grupie firm o przychodach 8-100 mln zł odnotowano niewielki wzrost, o 2%. Mocno zwiększyła się liczba największych firm (pow. 100 mln zł) – o 60%. Stanowią one jednak tylko 7% wszystkich podmiotów.
- W 2019 r. **firmy z branży piekarniczej, zatrudniające pow. 9 pracowników i składające sprawozdania, wypracowały przychody na poziomie ponad 12 mld zł**, tj. o 12% więcej w relacji rocznej. W latach 2015-19 łączne przychody zwiększyły się o 29%. We wskazanym okresie przychody w grupie firm największych podwoiły się. Z kolei w grupie najmniejszych przedsiębiorstw zmalały o 60%.

Branża piekarnicza w liczbach (>9 pracowników)



Źródło: Santander Bank Polska, GUS (za Pont Info),
dla kwartalnie dot. firm pow.49 prac.

Struktura przychodów branży piekarniczej według obrotów przedsiębiorstw (firmy >9 prac.)



Źródło: Santander Bank Polska, GUS (za Pont Info)

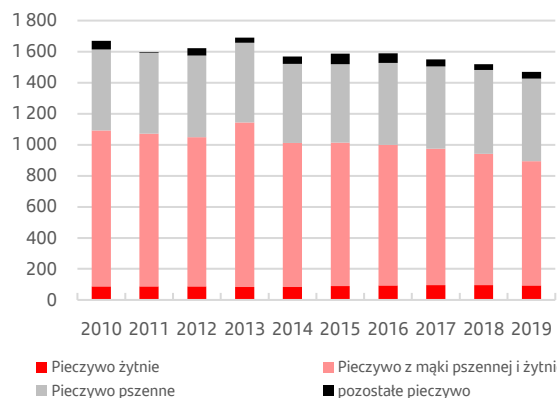
Utrzymuje się tendencja spadkowa w produkcji pieczywa

- **Produkcja pieczywa świeżego w ostatnich latach wykazywała lekką tendencję spadkową.** Według danych GUS, łączna produkcja w przedsiębiorstwach (bez mikro firm) w 2019 r. wyniosła 1 470 tys. t i w porównaniu do 2010 r. zmniejszyła się o 12%. W strukturze krajowej produkcji cały czas dominuje pieczywo wytwarzane z mieszanki mąki pszennej i żytniej, choć jego udział obniża się. W 2016 r. udział tej grupy asortymentowej w łącznej produkcji wyniósł 57%, a w 2019 r. było to już 54%. Nieznacznie wzrosła produkcja oddzielnych kategorii: pieczywa żytniego oraz pieczywa pszennego. W latach 2015-19 r. wolumen produkcji zwiększył się odpowiednio o 0,3% i o 0,7%. W rezultacie udział pieczywa żytniego zwiększył z 5% do 6%, zaś pieczywa pszennego z 31% do 36%.
- Obok spadku produkcji pieczywa świeżego, obserwowany jest **istotny wzrost produkcji pozostałych świeżych produktów piekarskich:** wyrobów ciastkarskich i ciastek. W 2019 r. produkcja tego asortymentu była wyższa o 29% w porównaniu do 2017 r., wynosząc 307 tys. t.

Polacy konsumują coraz mniej pieczywa

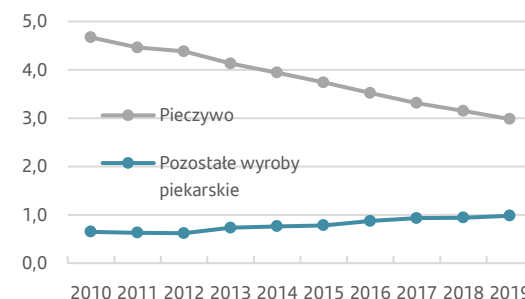
- **Spadek produkcji jest związany z utrzymującym się trendem spadkowym w spożyciu pieczywa** w Polsce. Z badania budżetów gospodarstw domowych, realizowanego przez GUS, wynika, że w 2019 r. spożycie pieczywa w gospodarstwach domowych zmniejszyło się o 5% r/r. Trend spadkowy notowany jest od wielu lat. W relacji do 2010 r. spożycie było niższe aż o 36%. Jednocześnie rośnie spożycie pozostałych wyrobów piekarskich. Jest to związane z coraz większym zainteresowaniem konsumentów takim wyrobami, jak m.in. wyroby cukiernicze. W 2019 r. konsumpcja tego asortymentu była wyższa o 4% w relacji rocznej oraz o 51% w porównaniu do 2010 r.
- W latach 2018-2019 **na konsumpcję pieczywa niekorzystny wpływ mógł mieć dodatkowo szybki wzrost cen detalicznych.** W tym okresie dynamika wzrostu cen pieczywa była znacznie wyższa niż całej kategorii Żywność i napoje. Podobnie było w roku 2020 – ceny pieczywa wzrosły przeciętnie o 8,1% r/r, przy wzroście cen całej kategorii Żywność i napoje na poziomie 4,7%.
- Wraz ze spadkiem spożycia przez wiele lat **obniżyły się wydatki gospodarstw domowych na pieczywo.** Zmianę trendu przyniósł dopiero rok 2018. Sprzyjał temu wzrost cen pieczywa, ale dodatkowym czynnikiem mógł być również zmiana preferencji zakupowych, w kierunku droższego pieczywa, o lepszej jakości. W 2019 r. średniomiesięczne wydatki na żywność na 1 osobę w gospodarstwie domowych wyniosły 314 zł i były wyższe o 7% od zarejestrowanych rok wcześniej oraz wyższe o 40% w porównaniu do 2010 r. W przypadku pieczywa przeciętne wydatki w 2019 r. wyniosły 19 zł, co oznacza wzrost o 4% r/r. Nadal był to jednak poziom niższy niż przed 2015 r.
- Z kolei **nadal szybko rosną wydatki Polaków na pozostałe wyroby piekarskie.** W 2019 r. gospodarstwo domowe na tę kategorię wydawało średnio miesięcznie 18 zł, tj. o 9% więcej niż rok wcześniej oraz aż o 47% więcej niż pięć lat wcześniej. Realny jest więc scenariusz, że w latach 2020-2021 przeciętne wydatki na pozostałe wyroby piekarskie przewyższą te na pieczywo

Produkcja pieczywa świeżego w Polsce (tys. t)



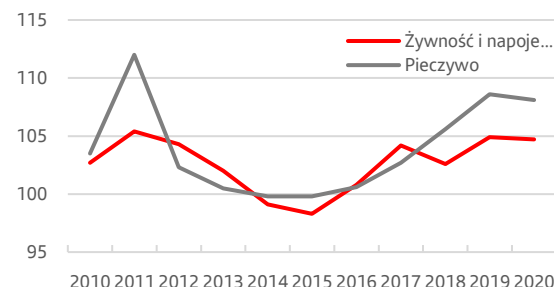
Źródło: Santander Bank Polska, GUS

Spożycie pieczywa i wyrobów piekarskich w gospodarstwach domowych (kg/os./m-c)



Źródło: Santander Bank Polska, GUS

Wskaźnik zmian cen detalicznych (r/r)



Źródło: Santander Bank Polska, GUS

Udział wydatków na wyroby piekarscze w łącznych wydatkach na żywność (%)



Źródło: Santander Bank Polska, GUS

- **Obniża się udział pieczywa w wydatkach na żywność.** Jeszcze w 2010 r. wynosił on 8,7%, zaś w 2019 r. ukształtował się na poziomie 6%. Konsekwentnie rośnie za to znaczenie pozostałych wyrobów piekarskich. Udział tych wydatków wzrósł z 4% do 5,7% w opisywanym okresie.

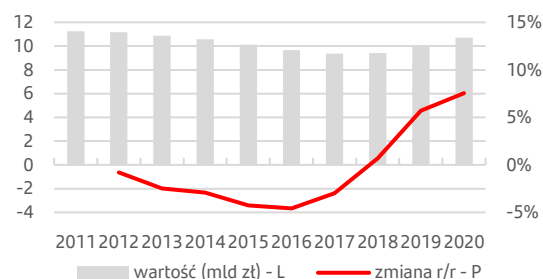
Rośnie rola dyskontów w dystrybucji krajowej

- Według szacunków firmy badawczej Euromonitor, w 2020 r. **wartość detalicznego rynku pieczywa wyniosła 10 718 mln zł** i była o 8% wyższa w relacji rocznej ale niższa o 4% w porównaniu do 2012 r.
- **W strukturze kanałów sprzedaży wyrobów piekarskich i cukierniczych rośnie rola dyskontów.** Sklepy tego formatu w ostatnich latach mocno rozwijały odpiek pieczywa w sklepach, koncentrując się na najbardziej popularnych produktach. W 2020 r. udział dyskontów wzrósł do 38%. i decydował o dalszym wzroście znaczenie kanału nowoczesnego, rekompensując spadającą rolę hiper i supermarketów. Według Euromonitor w ubiegłym roku ok. 82% sprzedaży odbyło się poprzez kanał nowoczesny. W strukturze sprzedaży detalicznej wyrobów piekarskich i cukierniczych, na drugim miejscu znalazły się sklepy typu convenience, z udziałem na poziomie 22%. Na trzecim zaś supermarkety (11%) a tuż za nimi hipermarkety (10%).
- Według szacunków **kanał tradycyjny w 2020 r. stanowił jedynie 18%**, wobec 28% w 2012 r. W tym kanale działają specjalistyczne sklepy z pieczywem oraz niezależne tradycyjne sklepy spożywcze. W ubiegłym roku sprzedaż w kanale tradycyjnym była wspierana przez zmianę nawyków zakupowych klientów. Niepewność związana z pandemią powodowała, iż konsumenci częściej wybierali zakupy w najbliższym otoczeniu.
- Dla przedsiębiorstw produkujących pieczywo mrożone, **ważnym kanałem zbytu jest sprzedaż do food-service'u.** Szacuje się, że około 15-20% wyrobów piekarskich trafia do branży hotelarsko-gastronomicznej.

Wzrost eksportu wyrobów piekarskich

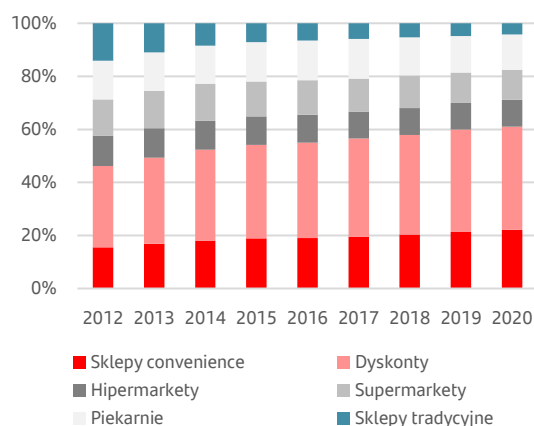
- **Wyroby piekarskie są ważnym towarem eksportowym.** W roku 2019 wartość sprzedaży zagranicznej tego asortymentu osiągnęła 1,8 mld euro i był wyższa o 11% w relacji rocznej. W ciągu ostatnich dziesięciu lat wartość eksportu zwiększyła się ponad trzykrotnie. Również w 2020 r. utrzymywał się trend wzrostowy. Po dziesięciu miesiącach wartość sprzedaży była wyższa o 4% r/r. Jak wskazują niepublikowane dane GUS, w 2019 r. przychody z eksportu stanowiły 16% łącznych przychodów ze sprzedaży w grupie przedsiębiorstw zatrudniających pow. 9 pracowników.
- **Za prawie połowę wartości eksportu odpowiada pieczywo cukiernicze.** Jest to również jedna z szybciej rozwijających się kategorii produktowych. W okresie 2010-2019 wartość eksportu zwiększyła się o 343%.
- **Wyroby piekarskie sprzedajemy głównie na rynek unijny.** W 2019 r. 80% wartości sprzedaży zagranicznej zostało wygenerowane na rynku UE. Po uwzględnieniu Brexit-u udział UE obniżył się do 70%, a więc pozostanie istotny. Spośród krajów trzecich, największym odbiorcą z Polski były: Rosja, Arabia Saudyjska, Ukraina. Ogółem polskie wyroby trafiły do 129 krajów na świecie.

Szacunkowa wartość sprzedaży detalicznej pieczywa



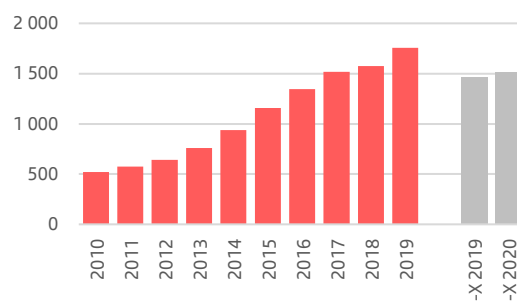
Źródło: Santander Bank Polska, Euromonitor

Struktura kanałów sprzedaży wyrobów piekarskich i cukierniczych



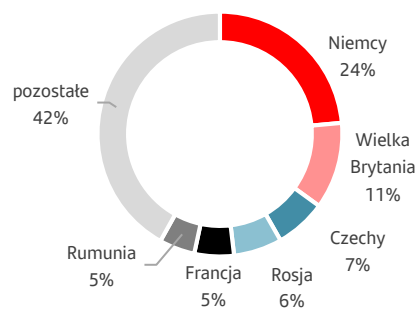
Źródło: Santander Bank Polska, Euromonitor

Wartość eksportu wyrobów piekarskich (mln euro)



Źródło: Santander Bank Polska, Eurostat

Struktura geograficzna eksportu w ujęciu wartościowym w 2019 r.



Źródło: Santander Bank Polska, Eurostat

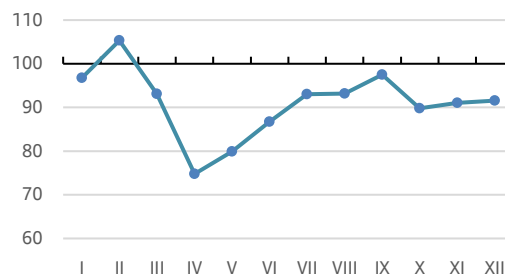
Branża piekarnicza podczas pandemii COVID-19

- **Pandemia COVID-19 w zróżnicowany sposób wpłynęła na producentów pieczywa.** Segment produkcji pieczywa mrożonego odczuł spadek zamówień z branży hotelarsko-gastronomicznej. W ubiegłym roku przez prawie 5 miesięcy działalność branży HoReCa była silnie ograniczona. Jednocześnie konsumenci znacznie więcej czasu spędzali w domach, co sprzyjało zakupom pieczywa w kanale handlu detalicznego.
- Jak wskazują jednak dane o produkcji ze średnich i dużych zakładów (> 49 prac.) **wzrost znaczenia sprzedaży w handlu detalicznym tylko w części zrekompensował** niższe zamówienia z branży HoReCa. W całym ubiegłym roku produkcja pieczywa wyniosła 970 tys. t i była niższa o 9% w relacji rocznej.
- **Pieczywo świeże**, co do zasady, nie jest produktem, który można przechowywać długo w warunkach domowych. W rezultacie producenci tego asortymentu nie skorzystali w marcu ubiegłego roku, kiedy Polacy robili zapasy artykułów spożywczych w obawie o skutki lock-downu. Z kolei ogólne ostabienie sprzedaży detalicznej, które nastąpiło w kwietniu, negatywnie wpływało również na pieczywo. W kolejnych miesiącach obserwowano stopniowe odbicie w produkcji.
- Druga fala pandemii nie spowodowała tak głębokiego spadku, jak pierwsza. W listopadzie produkcja w średnich i dużych zakładach była niższa o 8% w porównaniu do października. Dla porównania, produkcja w kwietniu obniżyła się o 17% względem marca.
- Oczywiście, są kategorie, które **w warunkach lock-downu mogły radzić sobie lepiej**, jak np. pieczywo paczkowane (tosty, hamburgery, hot-dogi). Jednak nie zmienia to jednoznacznej negatywnej oceny wpływu COVID-19 na segment produkcji pieczywa.

Wyniki finansowe branży

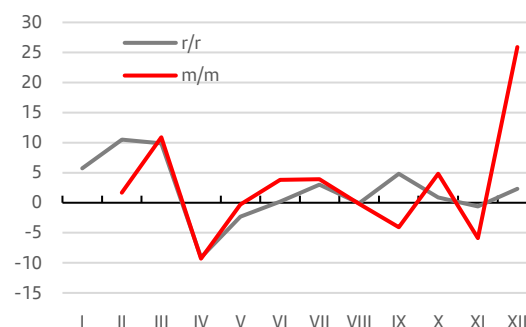
- Jak pokazują wyniki finansowe, **marżowość w przemyśle piekarniczym kształtuje się na poziomie znacznie wyższym** niż średnia w przemyśle spożywczym. Z niepublikowanych danych GUS wynika, iż w latach 2010–2019 średnia rentowność sprzedaży wyniosła 9,3% (firmy pow. 9 prac.), wobec 4,4% w całej branży produkcji artykułów spożywczych. Z kolei średnia marża EBITDA ukształtowała się na poziomie 13,6%, wobec 7,3% w sektorze spożywczym. Warto jednak mieć na uwadze, że ten wysoki poziom w dużej mierze determinują wyniki osiągnięte w dużych podmiotach, które szybko dostosowują się do zmian otoczenia rynkowego oraz oczekiwań konsumentów.
- **Rok 2020 przyniósł wyzwanie w obszarze kosztów surowca.** Jak wynika z danych MinRol, średnia cena pszenicy konsumpcyjnej w ubiegłym roku ukształtowała się na poziomie 782 zł/t, co oznacza wzrost o 4% r/r. Średnia cena mąki pszennej workowanej w całym 2020 r. ukształtowała się na poziomie zbliżonym do roku 2019. Należy jednak zaznaczyć, że w drugiej połowie roku odnotowano silny wzrost cen, który jest kontynuowany na początku 2021 r.
- W okresie od stycznia do września 2020 r. **średnia rentowność sprzedaży w sektorze wyniosła 9,5%** wobec 10,2% rok wcześniej. Z kolei w przypadku marży EBITDA odnotowano niewielki wzrost, z 15,2% do 15,6%.

Indeks zmian produkcji pieczywa w zakładach >50 pracowników w 2020 r. (analogiczny okres 2019 = 100)



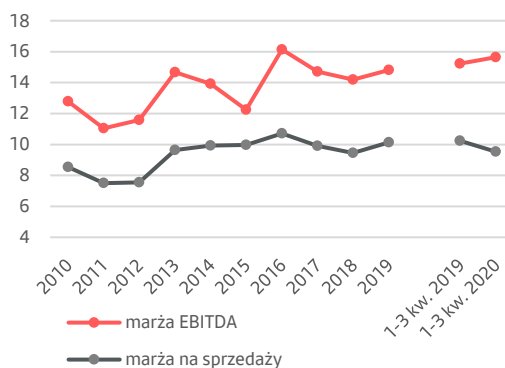
Źródło: Santander Bank Polska, GUS

Dynamika produkcji sprzedanej żywności (%)



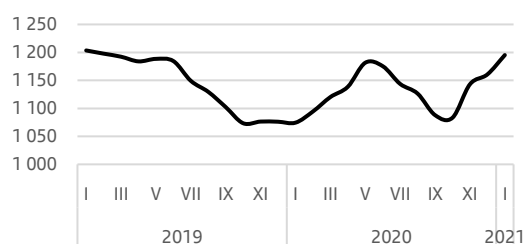
Źródło: Santander Bank Polska, GUS

Marżowość w branży piekarniczej (%), firmy >9 prac.



Źródło: Santander Bank Polska, GUS (za Pont Info) dla kwartalne dot. firm pow.49 prac.

Średnie ceny sprzedaży mąki pszennej piekarniczej w zakładach przemiatu zbóż (zł/t)



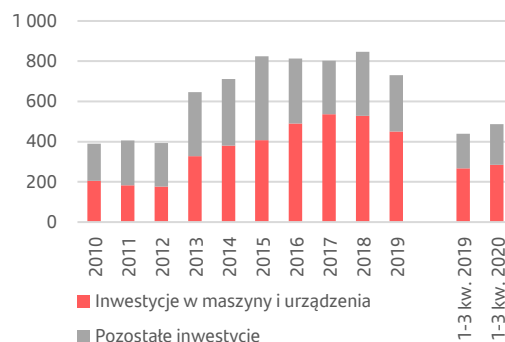
Źródło: Santander Bank Polska, MinRol)

- **Wartość inwestycji w branży piekarniczej ulega wahaniom, ale utrzymuje się na wysokim poziomie.** Wprawdzie w 2019 r. łączne inwestycje w firmach pow. 9 pracowników był niższe o 14%, to jednak pozostały znacznie powyżej poziomów notowanych przed 2014 r. W dodatku, w ubiegłym roku, pomimo wielu wyzwań związanych z pandemią, odnotowano 10-procentowy wzrost inwestycji w średnich i dużych podmiotach (zatrudniających 50 i więcej osób). W strukturze inwestycji największą kategorię stanowią inwestycje w maszyny i urządzenia. Ich udział w łącznej wartości nakładów inwestycyjnych wynosi ok. 60%.

Podsumowanie

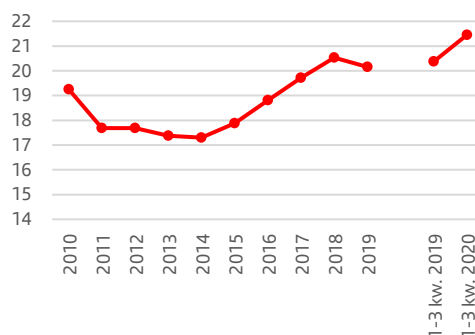
- Pandemia wprowadziła wiele zmian w preferencjach zakupowych Klientów. Trudno jednak ocenić, czy w przypadku branży piekarskiej przemiany będą trwałe. Obecnie z wielu badań opinii społecznych płynie wniosek o **wzroście znaczenia lokalności wśród konsumentów**. To może sprzyjać rozwojowi mniejszych przedsiębiorstw. Choć w tym przypadku pewnym ograniczeniem pozostaje skala działalności. Musi być na tyle duża, aby pozwolić na prowadzenie sieci sprzedaży, nawet lokalnie, i w rezultacie korzystać z tych trendów.
- Rynek działa pod presją przesuwania konsumpcji z pieczywa tradycyjnego w stronę pozostałych wyrobów piekarskich. Widzimy więc większy potencjał w przedsiębiorstwach, które **rozwijają portfolio produktowe** oraz śledzą zmieniające się trendy na rynku.
- **Na bazie popularności zdrowego trybu życia rośnie zainteresowanie konsumentów:** pieczywem pełnoziarnistym oraz z dodatkami ziaren, produktami „Better for You” (o obniżonej zawartości soli lub o wysokobiałkowymi), „Free from...” (bezglutenowe, bez cukru itp.), pieczywem z „czystą etykietą”.
- Pandemia jest **wyzwaniem dla segmentu pieczywa, produkowanego na potrzeby branży HoReCa**. Nawet w przypadku „odmrożenia” gospodarek powstaje obawa o kolejne lock-downy i trwałość popytu. W tym przypadku znaczenia nabiera możliwość elastycznego przesuwania sprzedaży między różnymi kanałami, np. do sklepów detalicznych. Powinna temu sprzyjać rosnąca liczba punktów, zarówno w handlu wielko jak i małoformatowym, które dysponują urządzeniami do odpieku.

Wartość inwestycji w branży piekarniczej (mln zł), firmy > 9 prac.



Źródło: Santander Bank Polska, GUS (za Pont Info), dane kwartalne dot. firm pow. 49 prac.

Udział kosztów pracy w przychodach ze sprzedaży (%), firmy > 9 prac.



Źródło: Santander Bank Polska, GUS (za Pont Info), dane kwartalne dot. firm pow. 49 prac.

KONTAKT

Departament Sektorów Strategicznych

Al. Jana Pawła II 17

00-854 Warszawa

Analityk sektora rolno-spożywczego:

Grzegorz Rykaczewski

Email: grzegorz.rykaczewski@santander.pl

Dyrektor ds. sektora spożywczego:

Renata Dutkiewicz

Email: renata.dutkiewicz@santander.pl

Niniejsza publikacja przygotowana przez Santander Bank Polska S.A ma charakter wyłącznie informacyjny. Informacje przedstawione w niniejszej publikacji nie mają charakteru porad inwestycyjnych ani doradztwa. Podjęto wszelkie możliwe starania w celu zapewnienia, że informacje zawarte w tej publikacji nie są nieprawdziwe i nie wprowadzają w błąd, jednakże Bank nie gwarantuje dokładności i kompletności tych informacji oraz nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystywanie tych informacji oraz straty, które mogły w konsekwencji tego wyniknąć. Prognozy ani dane odnoszące się do przeszłości nie stanowią gwarancji przyszłych cen surowców rolnych lub wyników finansowych. W przypadku tej publikacji zastrzeżone jest prawo autorskie oraz obowiązuje ochrona praw do baz danych.

W sprawie dodatkowych informacji, dostępnych na życzenie, prosimy kontaktować się z: Santander Bank Polska S.A, Departament Sektorów Strategicznych, Al. Jana Pawła II 17, 00-854 Warszawa, Polska, telefon 22 534 17 54 (opłata wg cennika operatora)